

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MARKETINGU A OBCHODU

Analýza motivace potenciálních studentů k vysokoškolskému studiu

Analysis of Potential Students' Motivation to the University Studies

Student: Bc. Lucie Petrušková

Vedoucí diplomové práce: Ing. Tereza Navrátilová

Ostrava 2011

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Student: **Bc. Lucie Petrušková**

Studijní program: N6208 Ekonomika a management

Studijní obor: 6208T062 Marketing a obchod

Téma: Analýza motivace potenciálních studentů k vysokoškolskému studiu
Analysis of Potential Students' Motivation to the University Studies

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Teoretická východiska motivace spotřebitele
 3. Charakteristika vysokoškolského studia
 4. Metodika výzkumu
 5. Analýza výsledků výzkumu
 6. Návrhy a doporučení
 7. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratk
Prohlášení o využití výsledků diplomové práce
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

BÁRTOVÁ, H.; BÁRTA, V.; KOUDELKA, J. *Spotřebitel: chování spotřebitele a jeho výzkum*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2007. 254 s. ISBN 978-80-245-1275-4.

PRUDKÝ, L.; PABIAN, P.; ŠIMA, K. *České vysoké školství. Na cestě od elitního k univerzálnímu vzdělávání 1989 - 2009*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010. 168 s. ISBN 978-80-247-3009-7.

SVĚTLÍK, J. *Marketingové řízení školy*. 1. vyd. Praha: ASPI Publishing, 2006. 300 s. ISBN 80-7357-176-5.

Formální náležitosti a rozsah diplomové práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Tereza Navrátilová**

Datum zadání: 26.11.2010

Datum odevzdání: 29.04.2011

doc. Ing. Vojtěch Spáčil, CSc.
vedoucí katedry

prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou diplomovou práci včetně příloh vypracovala samostatně.

V Ostravě 29. dubna 2011

Děkuji své vedoucí diplomové práce Ing. Tereze Navrátilové za vstřícný přístup, odbornou pomoc a za cenné rady při zpracování diplomové práce. Zároveň bych chtěla poděkovat své rodině a příteli, kteří mě celou dobu při studiu podporovali.

Obsah

1	Úvod.....	- 1 -
2	Teoretická východiska motivace spotřebitelů	- 2 -
2.1	Chování spotřebitele.....	- 2 -
2.1.1	Kulturní faktory.....	- 2 -
2.1.2	Společenské (sociální) faktory	- 2 -
2.1.3	Osobní faktory.....	- 3 -
2.1.4	Psychologické faktory	- 3 -
2.2	Modely spotřebního chování	- 3 -
2.2.1	Modely hierarchie efektů/účinků	- 4 -
2.2.2	Modely formování postoje a jeho změny	- 5 -
2.3	Motivace.....	- 6 -
2.3.1	Vnitřní a vnější motivace	- 7 -
2.3.2	Pozitivní a negativní motivace	- 7 -
2.3.3	Potřeby spotřebitele.....	- 8 -
2.3.4	Měření a výzkum motivů	- 8 -
2.4	Rozhodovací proces spotřebitele.....	- 9 -
2.4.1	Úrovně rozhodovacího procesu.....	- 10 -
2.4.2	Nákupní role spotřebitelů	- 11 -
3	Charakteristika vysokoškolského studia	- 12 -
3.1	Typy vysokých škol	- 12 -
3.2	Struktura studia na vysokých školách	- 13 -
3.2.1	Bakalářský studijní program	- 13 -
3.2.2	Magisterský studijní program.....	- 13 -
3.2.3	Doktorský studijní program	- 14 -

3.3	Členění terciárního vzdělávání dle Martina Trowa	- 14 -
3.4	Prostředí školy	- 15 -
3.4.1	Makroprostředí školy	- 15 -
3.4.2	Mezoprostředí	- 19 -
3.4.3	Mikroprostředí	- 22 -
4	Metodika výzkumu	- 24 -
4.1	Přípravná fáze	- 24 -
4.1.1	Definování problému a cíle výzkumu	- 24 -
4.1.2	Orientační analýza situace	- 24 -
4.1.3	Hypotézy	- 25 -
4.1.4	Plán výzkumu	- 25 -
4.2	Realizační fáze	- 28 -
4.2.1	Sběr údajů	- 28 -
4.2.2	Zpracování údajů a způsob analýzy dat	- 30 -
4.2.3	Konečný rozpočet výzkumu	- 34 -
5	Analýza výsledků výzkumu	- 36 -
5.1	Studium na vysoké škole	- 36 -
5.2	Vnímání vysokoškolského studia	- 37 -
5.3	Školné na vysokých školách	- 42 -
5.3.1	Reakce na školné	- 43 -
5.3.2	Obavy ze školného	- 46 -
5.4	Faktory ovlivňující studenty při rozhodování o studiu na VŠ	- 47 -
5.4.1	Referenční skupiny	- 47 -
5.4.2	Vnitřní postoje respondentů	- 47 -
5.4.3	Kritéria výběru VŠ	- 50 -

5.5	Vyhodnocení hypotéz.....	- 53 -
6	Návrhy a doporučení	- 55 -
6.1	Produkt	- 55 -
6.2	Marketingová komunikace	- 56 -
6.2.1	Nástroje marketingové komunikace	- 56 -
6.2.2	Sdělení	- 58 -
7	Závěr.....	- 65 -
	Seznam použité literatury	- 66 -
	Seznam zkratk	
	Prohlášení o využití výsledků diplomové práce	
	Seznam příloh	

1 Úvod

Že je škola základ života, to už dnes všichni víme. Učíme se od rodičů, od kamarádů, učitelů a od všech lidí, kteří nás obklopují každý den. Učí nás dobré a někdy i špatné věci. Ne vždy, ale vypadala škola, jak ji známe dnes. Dříve se předávali zkušenosti a znalosti jen ústní formou z generace na generaci, tuto činnost vykonával nejstarší náčelník kmene. Se vznikem prvních měst a osad bylo vzdělání spíše jen výsadou bohaté šlechty. Tyto rodiny měly dostatek peněz na zaplacení učedníků, kteří učili jejich děti přímo v jejich sídle, popř. zaplatili svým dětem možnost studovat v zahraničí. Což se v té době podobalo spíše poznání jiných kultur, osvojení znalosti cizích jazyků, objevení nových technologií a surovin a získání zkušenosti se zpracováním těchto nových zdrojů. Naopak chudí lidé neměli dostatek peněz ani na svou vlastní obživu, natož na učitele, který by jim jejich děti vzdělal. V takových rodinách se děti učili od svých rodičů. Převážně se jednalo o řemeslo, jež ovládali a živili se jím, např. kovář, dráteník, hrnčíř, zemědělec, apod. Většinou pak děti převzaly řemeslo po svých rodičích a učily ho dále své děti.

První náznaky školního vzdělávání byly v církevních zařízeních, zrod dnešních církevních škol, kde mniši vychovávali děti z chudých rodin a sirotky. Vedli je k náboženství a učili je číst, psát a počítat. Školu jak ji známe dnes, má svůj zrod až v 18. století, kdy roku 1740 byla za panovníka zvolena na rakouský trůn Marie Terezie. [39] Ta zavedla povinnou školní docházku pro děti od 6 do 12 let. Dnes se za povinnou školní docházku považuje základní vzdělání, do kterého nastupují děti v 6 letech a ukončují jej okolo 15. roku.

Je 21. století a dnešní české školství prochází zásadními změnami. V médiích se objevují a otevírají témata nové školní reformy, např. zavádění státních maturit na středních školách nebo placení školného na veřejných vysokých školách. Tyto změny a mnohé další mohou ovlivnit vývoj v počtu studentů na vysokých školách v budoucnu. Z tohoto důvodu jsem si vybrala téma své diplomové práce z oblasti terciárního vzdělávání, abych zjistila hlavní motivy potenciálních studentů ke studiu na vysoké škole a odhalit důvody, které by mohly potencionální studenty odradit od vysokoškolského studia.

Cílem mé diplomové práce bylo zjistit motivy potenciálních studentů k vysokoškolskému studiu.

2 Teoretická východiska motivace spotřebitelů

2.1 Chování spotřebitele

Spotřebitelem se stává každý jedinec, který konzumuje statky vyprodukované trhem zboží a služeb. [42] Toto chování je označováno jako nákupní chování spotřebitele. Chování spotřebitele je ovlivňováno kulturními, společenskými, osobními a psychologickými faktory. [7] V příloze č. 1 je zobrazena pyramida jednotlivých faktorů, jak působí na spotřebitele při jeho rozhodování. Základnu tvoří kulturní faktory, jelikož nejvíce ovlivňují spotřebitele, následují sociální (společenské), osobní a psychologické vlivy. Na vrcholu pyramidy je kupující, který přehodnotil níže uvedené faktory a rozhoduje se o nákupu či nikoli. [35]

2.1.1 Kulturní faktory

Kulturní faktory mají nejsilnější a nejvýznamnější vliv na chování spotřebitele. Zařazujeme zde pojmy jako kultura, subkultura a společenská třída. Kulturu představují základní hodnoty, postoje, preference, přání a chování, které každý jedinec přijímá od své rodiny a dalších klíčových institucí, jako je např. škola. Subkultura zahrnuje soubor lidí sdílející stejné hodnotové systémy vytvořenými společnými životními zkušenostmi a situacemi, řadíme zde např. národnostní či náboženské skupiny, geografické regiony, apod. Posledním pojmem je společenská třída, v níž její členové sdílí podobné hodnoty, zájmy a způsoby chování. Lidé jsou do tříd rozdělení dle povolání, příjmů, vzdělání, atd. Člověk se může během svého života dostat, jak do vyšších, tak také do nižších vrstev. Bohatší země mají toto uspořádání ve tvaru diamantu, kdy bohatí a chudí představují horní a dolní část, většina obyvatel je však uprostřed. Chudé země mají tuto třídní klasifikaci ve tvaru pyramidy. Spodní část představuje nejchudší obyvatelstvo, naopak ve špičce pyramidy jsou nejbohatší. [7, 35]

2.1.2 Společenské (sociální) faktory

Společenské faktory zahrnují menší skupiny spotřebitelů, jež ovlivňují každého jedince ve způsobu chování. Tyto skupiny se člení na primární a sekundární. Za primární skupiny jsou označovány ty, do kterých osoby přímo patří, nazývané také jako členské. Ve skupině dochází k pravidelné neformální interakci, řadíme zde např. rodinu, přátelé, sousedy a spolupracovníky. Sekundární skupiny mají formální charakter, vzájemná působnost je nepravidelná, patří zde náboženské skupiny, profesní asociace atd. Krom primární a sekundární skupiny ještě dělíme skupiny na referenční a aspirační. Referenční skupiny

zahrnují jednotlivce, kteří mají přímý nebo nepřímý vliv na názory nebo chování člověka. Existují skupiny, do kterých osoby nepatří, ale chtěli by a ty jsou označovány jako aspirační skupiny. Skupiny, do níž nechceme patřit, jsou nazývány jako disociační, mohou to být např. trestanci ve věznicích. [7, 35]

2.1.3 Osobní faktory

Chování spotřebitele je také ovlivněno osobními faktory. Zahrnují osobní charakteristiky, jako je věk a fáze života, vzdělání, zaměstnání, ekonomická situace, životní styl, osobnost spotřebitele apod. Věk a fáze života zákazníka velice ovlivňuje. Čím jsme starší, tím se naše potřeby a přání mění. Vzdělání, zaměstnání a ekonomická situace představují pojmy, které spolu velmi úzce souvisí. U člověka s vysokoškolským vzděláním se předpokládá lépe placená práce a tím i lepší ekonomická situace. V případě životního stylu a osobnosti spotřebitele je to obdobné. Životní styl vyjadřuje způsob života vytvořený vlastními aktivitami, zájmy a názory. Osobnost spotřebitele životní styl dotváří. Osobnost je tvořena psychologickými charakteristikami, díky kterým se ke svému okolí chováme stejnorodě. [7, 35]

2.1.4 Psychologické faktory

Mezi psychologické faktory, které ovlivňují nákupní rozhodování spotřebitele, patří motivace (viz kap. 2.3 Motivace), učení, přesvědčení, postoje a vnímání.

Vnímání lze popsat jako „vidění světa kolem nás“. I když dvě osoby vystavíme stejnému podnětu za stejných podmínek, každá to může vnímat rozdílně. Vysílané podněty vnímáme lidskými smysly, které jsou po prvním rozpoznání nejsilnější. Po delším působení si již člověk na tyto signály zvykne a už je nevnímá. [5]

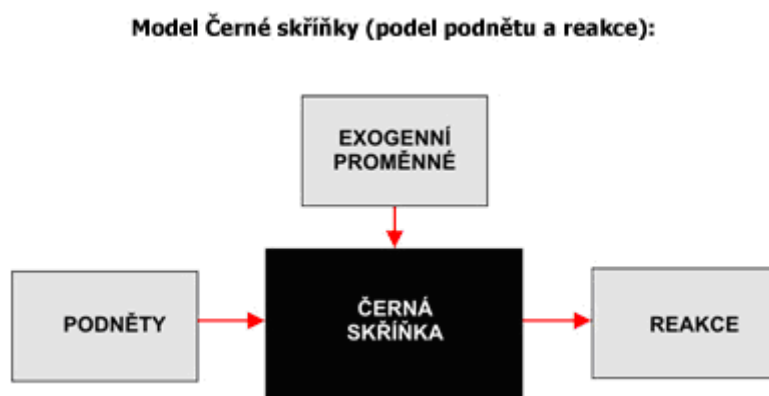
Aby člověk uměl to, co ještě neumí, musí se učit. Učení lze definovat jako změny v chování každého jednotlivce způsobené zkušeností, při vzájemném působení pohnutek, podnětů, signálů, reakci a odměn. [7]

Přesvědčení a postoje lidé získávají na základě jednání a učení z dřívějších zkušeností či získaných dodatečných informací. Následně si člověk vytváří určité mínění, které může vést k pozitivnímu či negativnímu hodnocení daného předmětu či myšlenky. [5, 7]

2.2 Modely spotřebního chování

Výše zmiňované faktory, které ovlivňují chování spotřebitele, jsou více či méně znázorňovány v tzv. modelech spotřebního chování. Tím nejjednodušším modelem je model

černé skříňky, někdy také označován jako model podnětu a reakce. Na obr. 2.1 je tento model znázorněn. Černá skříňka představuje mysl člověka, na kterou působí vnitřní a vnější vlivy. Vnitřní faktory, na schématu označeny jako podněty, jsou zkušenosti, schopnosti, dovednosti spotřebitele, které si sám uvědomuje. Vnější vlivy (exogenní proměnné) představují působení komerčních zdrojů, jako je např. reklama, distribuční síť, atd. [3, 7]



Obr. 2.1 Model černé skříňky [37]

Po zpracování vnějších a vnitřních podnětů se spotřebitel rozhodne k určitému činu a to koupí produktu, odmítnutí produktu, k výběru jiného produktu nebo odložení nákupu s možností získat další informace o produktu. [37]

Nákupní chování spotřebitele neovlivňují jen výše zmiňované osobní, společenské, kulturní a psychologické faktory, ale je třeba zaměřit se také na prodejní místo a nákupní podmínky. Místo prodeje má velký vliv na prvotní pocity zákazníka a na jeho rozhodnutí, zda v prodejně zůstane a něco koupí nebo rovnou odchází. Na zákazníka může působit: vybavení v prodejně, uspořádání regálů, pokladen (design prostředí), vůně v prodejně, barva na stěnách, osvětlení, hudba, dispoziční řešení prodejny, atd. [16]

Každá maloobchodní jednotka může ovlivňovat chování spotřebitele i rychlostí obsluhy, poskytované doplňkové služby, příjemný a ochotný personál, čistota prodejny, kvalita potravin, velikost sortimentu a dalšími nákupními podmínkami. [16]

2.2.1 Modely hierarchie efektů/účinků

„Tyto modely jsou založeny na předpokladu, že věci mají určitý řád, a tedy dřívější účinek formuje nezbytné předpoklady pro efekt následný.“ [3, str. 89] Důležitou roli u těchto modelů hraje postoj. Zákazník prochází, dle tohoto modelu třemi odlišnými fázemi reakce, a to fází poznávací, emocionální a konativní. Tyto tři fáze se také dají přeformulovat na myšlení, cítění a dělání. Ve fázi poznávací se spotřebitel seznamuje s potřebnými informacemi a znalostmi, vytváří si určité přesvědčení a hodnocení týkající se určitého

předmětu. Fáze emocionální nebo také smyslová vzbuzuje u zákazníka pocity vyvolané určitým předmětem. V případě zájmu se objevují pocity pozitivní a přecházíme do fáze poslední a tedy konativní. V této fázi se již zákazník rozhoduje pro koupi nebo odmítnutí produktu. Zákazník může být nejvíce ovlivňován ve druhé fázi, kdy je ovlivňován vnějším okolím. [3]

Základním hierarchickým modelem je model AIDA. [36]

A attention (pozornost)

I interest (zájem)

D desire (přání)

A action (akce)

Tento model byl několikrát modifikován, např. na model AIDAS, ACCA atd. Za nejčastější používaný model se také považuje model Lavidge a Steinera, který zahrnuje povědomí o produktu, jeho znalosti, oblibu, preference, přesvědčení a samotný nákup produktu. Výše zmiňované modely se třídí pomocí dvou dimenzí. První zahrnuje způsob tvorby postoje a druhý se týká úrovně elaborace (zpracování) sdělení centrální či periferní cestou. [3] Toto zpracování sdělení centrální nebo periferní cestou je uvedeno na modelu pravděpodobné elaborace v příloze č. 2 na obr. 1.

2.2.2 Modely formování postoje a jeho změny

V této kategorii modelů se považuje za výchozí model tzv. model pravděpodobné elaborace. Tento model zahrnuje tři důležité komponenty, které hrají podstatnou roli při rozhodování, a to motivaci, schopnosti a příležitosti (MAO)¹. „*Motivace zde znamená ochotu angažovat se, dělat rozhodnutí, věnovat pozornost, zpracovávat informace.*“ [3, str. 94] Můžeme být k něčemu motivováni, ale ještě to neznamená, že provedeme rozhodnutí. Potřebujeme tedy schopnosti, zdroje, k dosažení určitého cíle. Posledním prvkem je příležitost, představující situaci umožňující dosáhnout jednotlivci určitého cíle. V případě, že všechny tři prvky MAO jsou vysoké, pokračujeme centrální cestou, kde už zákazník může argumentovat, proč si má určitý produkt koupit a proč ne. V opačném případě, jeden z prvků MAO je na nízké úrovni, se zákazníci vydají periferní cestou. Může to být způsobeno např. chybným pochopením informace a vyhodnocením nebo zákazník přijímá nepodstatné informace, podle kterých se rozhoduje. [3]

¹ MAO – motivation, ability, opportunity.

Na základě zpracování informací centrální nebo periferní cestou lze nadefinovat šest druhů modelů formování postoje a procesů jeho změn. V příl. č. 3 je tab. č. 1, ve které jsou všechny tyto modely uvedeny. Pro další výklad jsem zvolila dva nejznámější modely, a to modely násobných atributů a model TORA, neboli teorie logické aktivity. [3]

Modely násobných atributů (vlastností)

Do oblasti těchto modelů patří Fishbeinův model (model předpokládané hodnoty). Je založen na třech složkách: nejdůležitější vlastnosti produktu, rozsah naplňování těchto vlastností a hodnocení uvedených vlastností. [3] Stojí-li zákazník před určitým problémem a jsou mu známy možnosti jeho řešení, může pro řešení použít tento model. Zvolené alternativy řešení je nutno popsat společnými vlastnostmi a těm přidělit váhu neboli důležitost. Po zhodnocení jednotlivých vlastností dle názorů na alternativy, získáme skutečné výsledky na požadované možnosti. Po znásobení důležitosti a skutečnosti získáme konečné hodnoty, výhodné pro tu či onu variantu řešení.

Teorie logické (zdůvodněné) aktivity

Taky označován jako model TORA². V tomto modelu se vychází z klasického Fishbeinova modelu, který je rozšířen o záměry chování. „*Záměry chování nejsou určeny pouze postoji, ale také subjektivními názory a normami chování.*“ [3, str. 97] Hrají zde důležitou roli referenční skupiny a jejich názory. Pro možnosti řešení problému se zde nepopisují vlastnosti těchto alternativ, ale názory vybraných referenčních skupin, kterým je přidělena určitá váha. Tato důležitost se opět roznásobí s názory jiných zúčastněných osob. Po sečtení všech hodnot, získáme konečné výsledky pro jednotlivé alternativy řešení, jež můžeme porovnat s výsledky z předcházejícího modelu. [3]

2.3 Motivace

Motivace je hnací silou každého, jenž chce něco dokázat. Jedná se o psychický proces, který usměrňuje naše chování a jednání pro dosažení určitého cíle. [41]

Lidská motivace se skládá z jednotlivých dílčích motivů. [16] Motivy jsou osobní příčiny určitého chování, jako jsou pohnutky, psychologické příčiny reakcí, činností a jednání člověka zaměřené na uspokojování určitých potřeb. [41] Každý motiv se skládá ze tří prvků, a to z intenzity působení motivu, směru k cíli motivu a délkou trvání, jenž ovlivňuje chování. [16]

² Model TORA - theory of reasoned action.

Motivy můžeme dělit na racionální a emocionální. Emocionální motivy znamenají výběr cílů na základě osobních nebo subjektivních kritérií, např. hrdost, strach, cit, postavení atd. Naopak racionální motivy představují rozhodnutí spotřebitele na základě zcela objektivních kritérií, jako je např. cena, hmotnost, velikost apod. [5] Mezi motivy chování dále patří [41]:

- pud – vrozená pohnutka činností, např. mateřský,
- zájem – získaný motiv, který se projevuje kladným vztahem člověka k předmětům nebo činnostem, upoutávají ho po stránce poznávací nebo citové, mimořádný zájem označujeme pojmem záliba,
- aspirace – snaha o sebeuplatnění,
- cíl – uvědomělý směr chování,
- ideály – vrozené cíle
- zvyky – tendence chování vykonávat určitou činnost za určitých okolností.

Pro motivaci jsou významné i emoce, hodnoty, návyky a zájmová orientace člověka. Uspokojené potřeby mohou přinášet pozitivní emoce, zato neuspokojené potřeby negativní emoce. Pokud jsou potřeby neuspokojeny delší dobu, může to vést až k frustraci. Získávané návyky nám dávají sílu, které spoří energii pro potřebné přemýšlení a rozhodování. [16]

2.3.1 Vnitřní a vnější motivace

Vnitřní motivace vychází z nitra organismu každého jedince. Jinými slovy lze tuto motivaci vyjádřit jako hnací motor jedince bez přítomnosti vnějších odměn či trestů. Příkladem této motivace může být pouštění se do nějaké činnosti, která nás baví, o kterou se zajímáme, poslech hudby, dobré jídlo a další. [6]

Vnější motivace jsou vyvolávány faktory z prostředí, které nás obklopuje. Touha zapojit se do nějaké činnosti, z níž plynou finanční prostředky, uznání či jiná konkrétní odměna. [6]

2.3.2 Pozitivní a negativní motivace

Motivace může mít podobu pozitivní či negativní. Pozitivní motivaci můžeme charakterizovat jako hnací sílu, která nás pohání ke splnění určitých potřeb, přání či tužeb. Tato motivace bývá spojována s pozitivními cíly. Označované jako přístupový objekt, kdy se snažíme přizpůsobit naše chování směrem k dosažení cílů. Negativní hnací síla nám dává

signály o něčem nebezpečném, o obavách či nechuti něco činit. U této motivace existují negativní cíle chování, jež jsou také označovány jako únikové objekty. Extrémním případem motivačního chování je psychologický odpor, kdy lidé nesouhlasí s rozhodnutím jiných lidí, kterým ovlivňuje jejich svobodnou volbu chování. [5]

2.3.3 Potřeby spotřebitele

Základním prvkem motivace jsou potřeby spotřebitele. Potřeba je pocit nedostatku, který nutí člověka tento nedostatek odstranit. Každý jedinec má své potřeby, některé jsou vrozené jiné získané. Za vrozené potřeby se považují potřeby biologického charakteru jíst, pít, spát, dýchat a další, které člověk potřebuje k samotné existenci. Jsou označovány jako primární potřeby či motivy. Získané potřeby jsou ty potřeby, které si člověk uvědomuje postupem času. Jak člověk stárne, jeho potřeby se mění v závislosti na jeho věku. Lidé ve dvaceti letech budou mít rozdílné potřeby, než osoby důchodového věku. Tyto potřeby bývají nazývány sekundárními potřebami nebo motivy. [5]

Potřeb dělíme na biologické potřeby, kdy se snažíme o uspokojení základních životních nezbytností, jako je hlad nebo žízeň, a psychologické, které vznikají ze základu uznání, úcty, sounáležitosti. Abraham Maslow tvrdí, že lidské potřeby jsou hierarchicky uspořádány od nejnaléhavějších po nejméně naléhavé. Jsou sestaveny do tvaru pyramidy, kde základnu tvoří potřeby fyziologické. Ve špičce pyramidy jsou potřeby méně důležité. Pyramida se může skládat ze sedmi článků, které zahrnují fyziologické potřeby, potřebu bezpečí, společenské potřeby, potřebu uznání, kognitivní potřeby, estetické potřeby a potřebu seberealizace. Uvádí se i zkrácená forma této pyramidy jen s pěti články, kde potřeba uznání, kognitivní a estetická jsou spojeny do jedné části a to potřeby ega. [5]

2.3.4 Měření a výzkum motivů

Motivy jsou nehmatatelné, nemůžeme se jich dotknout, manipulovat s nimi, nelze je spatřit ani je cítit. Z těchto důvodů nelze měření považovat za spolehlivý ukazatel, ale výzkumní pracovníci se spoléhají na kombinaci různých metod kvalitativního výzkumu a tím zjistit přítomnost nebo intenzitu jednotlivých motivů při rozhodování. [7]

Měřicí metody by měly splňovat testovací kritéria platnosti a spolehlivosti. Platností chápeme, že test měří to, co je účelem měření a spolehlivost se týká rovnosti mezi tím, co test měří a co má měřit.

K měření motivů se využívají kvalitativní výzkumy, určené k odhalení podvědomých nebo skrytých motivací spotřebitele, jelikož spotřebitelé si nejsou vždy vědomi důvodů svého

jednání. Výzkum motivace se snaží odhalit zásadní pocity, postoje a emoce ve vztahu k určitému produktu.

Kvalitativní výzkum zahrnuje metody, pro které je zapotřebí psychologických znalostí, proto se kvalitativní výzkum také označuje jako psychologický, ale není to totéž, protože zahrnuje i jiné vědní obory. [9]

Metody psychologického výzkumu se dělí na dotazování, pozorování a experiment. Metoda dotazování zahrnuje osobní, telefonické, písemné nebo elektronické možnosti dotazování. Osobní dotazování lze rozdělit na individuální rozhovory, což mohou představovat hloubkové rozhovory s respondenty, nebo rozhovory skupinového charakteru, např. Focus group. Pozorování může být zjevné, skryté či zúčastněné. Metody experimentu představují testy, které mohou být zkušenostní či dojemové, laboratorní či přirozené. [9]

Psychologické techniky výzkumu spotřebitele se dělí do šesti úrovní, v závislosti do jaké míry testy či rozhovory pronikají do podvědomí respondenta. Techniky zahrnují přímý a nepřímý dotaz, škálovací postupy, asociační a projektivní testy a psychoanalýzu. [9]

2.4 Rozhodovací proces spotřebitele

Rozhodování znamená, že člověk má možnost výběru, minimálně ze dvou možností volby, např. že koupí či nekoupí výrobek A nebo B. Pokud nemá osoba možnost volby, nejedná se o rozhodnutí, ale o donucení. Tato nemožnost volby bývá označovaná jako „Hobsonova volba“ [5].

Rozhodovací proces kupujícího prochází několika fázemi, než dojde k určitému nákupnímu rozhodnutí. Kotler uvádí ve své knize pět fází rozhodovacího procesu [7]:

1. Rozpoznání potřeby

Jedná se o chvíli, kdy si zákazník uvědomí, že má nějaké nedostatky, problém. Kupující pociťuje rozdíl mezi skutečným a vytouženým stavem.

2. Vyhledání informací

V případě, že kupující nemá dostatek informací o produktu, který by uspokojil jeho potřebu, hledá další informace. Jedná se převážně o produkty dlouhodobější spotřeby. Tyto informace může kupující získat z několika zdrojů, a to osobní, komerční, veřejné nebo vlastní zkušenosti.

3. *Hodnocení alternativ*

Po získání dostatečných informací, může kupující dojít do fáze, kdy porovnává jednotlivé produkty od různých firem, značek, popř. i substituty k daným produktům.

4. *Nákupní rozhodnutí*

Před samotným rozhodnutím dochází k selekci možných alternativ nákupu, např. rozdělení dle značek, a vytvoření si nákupního záměru. Nákupní záměr může být ovlivněn několika faktory, a to postojem ostatních, přítomných nákupní situaci, neočekávanými situačními faktory a vnímaným rizikem. Postojem ostatních se rozumí lidské okolí kupujícího, např. rodina, přátelé, další zákazníci v prodejně, prodavači, apod. Za neočekávané situační faktory považujeme takové faktory, které se změnilo těsně před samotnou koupí produktu, může to být změna ceny produktu, příjmu spotřebitele, zkušenosti známých, apod.

Reakce spotřebitele po vymezení prvních čtyřech fází rozhodovacího procesu může mít tři podoby: nákup určitého výrobku, odložení nákupu nebo odmítnutí nákupu.

5. *Ponákupní chování*

Zakoupením výrobku rozhodovací proces nekončí. V poslední fázi kupující hodnotí, zda je s produktem spokojen či nikoliv a zda si tento produkt následně zase koupí nebo ne.

2.4.1 Úrovně rozhodovacího procesu

Rozlišujeme tři úrovně spotřebního rozhodovacího procesu [5]:

- *Extenzivní řešení problému* – Toto řešení problému vyžaduje od spotřebitelů znalosti mnoha informací o daných produktech, značkách, dostupnosti apod. Po získání potřebných informací si stanoví kritéria, na základě kterých bude snadněji porovnávat jednotlivé nabídky.
- *Limitované řešení problému* – Při limitním řešení problému má zákazník určeny základní kritéria pro hodnocení produktu a značky v dané výrobkové kategorii, ale přesně nestanovil preference týkající se konkrétní skupiny značek.
- *Rutinní odezva* – Spotřebitele mají zkušenosti s danou kategorií produktů. Zvolenými kritérii už jen hodnotí jednotlivé značky.

2.4.2 Nákupní role spotřebitelů

Rozhodovací proces zahrnuje 5 rolí, které může vykonávat jedna nebo více osob. Mezi tyto role patří [8]:

Iniciátor je osoba, která jako první navrhuje možnost nákupu určitého produktu.

Ovlivňovatel je osoba, jejíž názor nebo rada ovlivňuje nákupní rozhodnutí.

Rozhodovatel zahrnuje osobu, jež provede konečné rozhodnutí nebo jeho část, zda se produkt koupí či nekoupí, jak se koupí a kde se koupí.

Nákupčí je už osoba, která provede samotný nákup produktu.

Spotřebitel neboli uživatel výrobku či služby je osoba, jenž výrobek nebo službu spotřebuje nebo jej užívá.

3 Charakteristika vysokoškolského studia

Vysoké školy jsou vzdělávací instituce, které poskytují vzdělávání na nejvyšším stupni vzdělávací soustavy. Bývají označovány také jako terciární instituce. Tyto školy jako jediné mají právo udělovat akademické tituly v rámci své akreditace u jednotlivých studijních programů, a to bakalářských, magisterských a doktorských. [17]

Terciární vzdělávání, jak je vysokoškolské studium taktéž nazýváno, je definováno podle mezinárodních standardů (Mezinárodní standardní klasifikaci vzdělávání, zkráceně ISCED³) jako „*veškeré standardní vzdělávání navazující na dosažené střední vzdělání, které vede k získání vyššího stupně vzdělání*“.[18] Kromě definice terciárního vzdělávání rozděluje tento mezinárodní standard vzdělávací soustavu studijních programů do několika úrovní od ISCED 0 – 6. Těchto sedm úrovní vzdělávání představuje postupné přecházení z nižšího stupně vzdělávání až k tomu nejvyššímu (od předškolního až k vysokoškolskému).[24] V České republice jsou do této klasifikace zařazeny všechny vysoké školy, bez ohledu na typ školy, dále vysoké odborné školy a některé konzervatoře. Terciární vzdělání je dále členěno, dle mezinárodních standardů, do tří základních programů, a to [18]:

ISCED 5A – ČR i jiné země do této kategorie zařazují bakalářské a magisterské vzdělání na vysokých školách.

ISCED 5B – Představují spíše odbornou stránku vzdělávání a v ČR se zde začleňují vysoké odborné školy a dva nejvyšší ročníky na konzervatoři.

ISCED 6 – Představuje doktorské studium na vysokých školách.

V příloze č. 4 je uveden obrázek č. 1 vzdělávací systém v České republice od předškolního až po doktorské studium na vysoké škole. Schéma zahrnuje i věkové uspořádání, typy škol a členění dle mezinárodních standardů ISCED, jenž je výše popsáno. [20]

3.1 Typy vysokých škol

Vysoké školy se v České republice dělí na školy univerzitní a neuniverzitní. Vysoké školy univerzitního typu mohou uskutečňovat všechny typy studijních programů, včetně vědeckých, výzkumných, vývojových, inovačních, uměleckých nebo dalších tvůrčích činností. Vysoké školy neuniverzitního typu se zaměřují především na bakalářské studijní programy, ale mohou uskutečňovat i magisterské studijní programy. Hlavní rozdíl mezi

³ International Standard Classification of Education

univerzitní a neuniverzitní vysokou školou je ten, že neuniverzitní škola se nečlení na fakulty. [17]

Kromě výše uvedeného členění se dále vysoké školy dělí na vysoké školy veřejné, soukromé a státní. Veřejné vysoké školy jsou zřizovány a zrušovány zákonem. V České republice je 26 (z roku 2009) veřejných vysokých škol. Jsou spravovány převážně z dotací ze státního rozpočtu. Soukromé vysoké školy pro zahájení činnosti uděluje souhlas Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy. Tyto školy jsou financovány především z vlastních zdrojů, mohou však požádat o poskytnutí státní dotace. Na území České republiky je 45 soukromých vysokých škol (z roku 2009). Posledním typem vysoké školy jsou státní vysoké školy. V České republice jsou jen dvě tyto školy, a to Policejní akademie v Praze a Univerzita obrany v Brně. Tyto školy jsou spravovány přímo příslušnými ministerstvy vnitra a obrany. [17]

3.2 Struktura studia na vysokých školách

V roce 1999 Česká republika a dalších 29 evropských zemí podepsalo Boloňskou deklaraci. Jednalo se o akční plán rozvoje vysokých škol k vytvoření jednotného Evropského prostoru vysokoškolského vzdělávání s cílem zpřehlednit systémy terciárního vzdělávání v Evropě. V rámci tohoto Boloňského procesu byla v České republice zavedena třístupňová struktura studia. [28] Každý studijní program může mít různou formu studia, a to prezenční, distanční či kombinovanou.

3.2.1 Bakalářský studijní program

Bakalářský studijní program je zaměřen na přípravu k výkonu povolání, popř. k dalšímu studiu v magisterském studijním programu. Standardní doba studia je tři roky, na některých školách čtyři roky, v závislosti na studijní specializaci. Studium se ukončuje státní závěrečnou zkouškou, která zahrnuje obhajobu bakalářské práce. Absolventi tohoto studijního programu získávají akademický titul „bakalář“, zkráceně „Bc.“ Tato zkratka se uvádí před jméno absolventa. Existuje výjimka u absolventů s uměleckým zaměřením, kde je udělen titul „BcA.“, tedy „bakalář umění“. [17]

3.2.2 Magisterský studijní program

Jedná se o pokračující studijní program po absolvování bakalářského studijního programu. Standardní doba studia je nejméně jeden rok, nejvýše však tři roky. Existují také studijní programy magisterské, které nenavazují na bakalářské studijní programy, ty však trvají čtyři, popř. až 6 let. Studium je ukončeno státní závěrečnou zkouškou, včetně obhajoby

diplomové práce. Ve speciálních oborech, jako je lékařství, se ukončuje studium státní rigorózní zkouškou. Absolventům tohoto studia je udělen akademický titul, jenž se uvádí před jméno absolventa, může to být např. titul „inženýr“ (zkráceně „Ing.“), „doktor medicíny“ („MUDr.“), „magistr“ („Mgr.“), apod. U absolventů, kterým byl udělen titul „magistr“ mohou následně ve své specializaci pokračovat. Po vykonání státní rigorózní zkoušky a obhajoby rigorózní práce, jim je udělen akademický titul, např. „doktor práv“ (zkráceně „JUDr.“), „doktor filozofie“ („PhDr.“) nebo „doktor přírodních věd“ („RNDr.“), apod. Tyto akademické tituly se opět píší před jméno absolventa. [17]

3.2.3 Doktorský studijní program

Po absolvování magisterského studijního programu je možnost dalšího studia, a to na úrovni doktorského studijního programu. Tento program je zaměřen na vědeckém bádání a samostatné tvůrčí činnosti v oblasti výzkumu či vývoje. Délka studia je nejméně tři roky, nejdéle však čtyři roky. Studium probíhá dle individuálního studijního plánu pod vedením školitele a ukončeno je po vykonání státní doktorské zkoušky s obhajobou disertační práce. Absolventům doktorského studijního programu je udělen akademický titul „doktor“ (zkráceně „Ph.D.“) nebo „doktor teologie“ („Th.D.“). Oba tyto tituly se uvádějí za jméno absolventa. [17]

3.3 Členění terciárního vzdělávání dle Martina Trowa

Americký autor Martin Trow vytvořil na začátku 70. let 20. st. koncept „masifikace“⁴ terciárního vzdělávání, který pojednává o přeměně vysokoškolského systému. Trow podle svého konceptu rozlišuje tři vývojové fáze terciárního vzdělávání [13]:

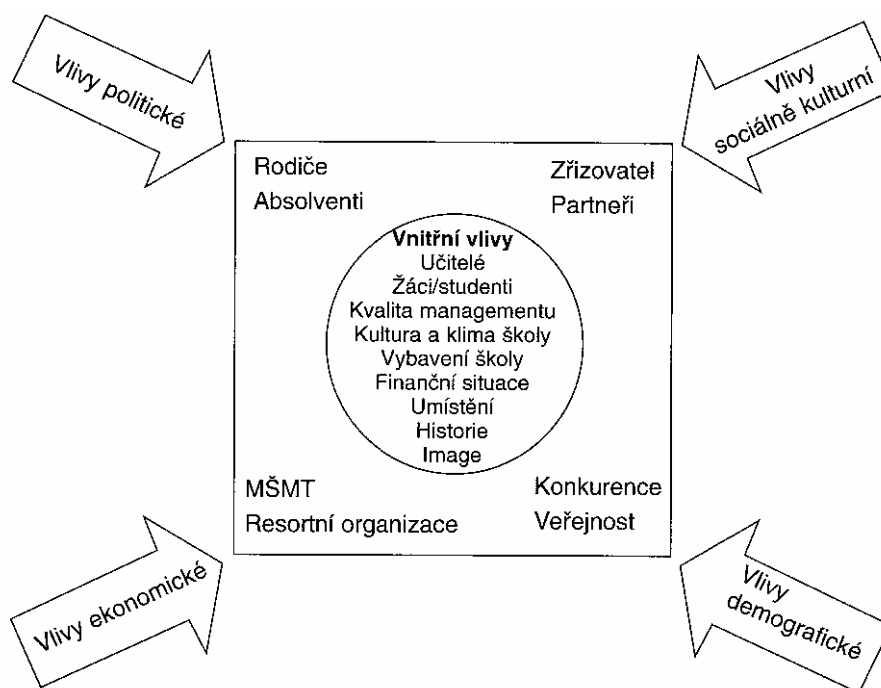
1. Elitní fáze vzdělávání – V této fázi na vysokých školách studuje jen málo procent studentů (do 15 % z dané věkové kategorie), např. pro velmi talentované studenty.
2. Masová fáze vzdělávání – Na školách studuje až polovina studentů z dané věkové kategorie (15 – 50 %). Vzdělání je dostupné pro všechny, kteří splní podmínky přijímacího řízení.
3. Univerzální fáze vzdělávání – Studium na vysoké škole v této fázi je dostupné široké veřejnosti střední a vyšší třídy. Dochází k tomu, že se studium stává povinností, zvláště pro vyšší sociální vrstvy.

⁴ „Masifikace“ znamená zvyšování, maximalizace kvantity. [38]

Podle tohoto konceptu je těžké přesně stanovit, ve které fázi se nachází Česká republika. Můžeme konstatovat, že v elitní fázi se pohybovala Česká republika před rokem 1989. Po roce 1989 a začátkem 90. let se nachází české vysoké školství na hranici elitní a masové fáze. Od roku 1992 počet studentů na vysokých školách rostl a školství se přesunulo do fáze masové. Předpokládá se, že v dnešní době se už české vysoké školství pohybuje v univerzální fázi, kdy počet studentů překročil 50 % populace z příslušné věkové kategorie. [13]

3.4 Prostředí školy

Prostředí škol je velmi dynamické, neustále se mění. Na vysoké školy působí různé vlivy, jak z vnějšího, tak vnitřního prostředí. Vnitřní vlivy působí uvnitř školy, které vedení školy může svými činy ovlivnit. Vnější vlivy přichází z okolí školy, a to ze dvou prostředí, jež rozdělujeme na makroprostředí a mezoprostředí. Tyto vnější vlivy může škola ovlivňovat jen stěží. Na následujícím obr. 3.1 jsou znázorněny jednotlivé vlivy z makroprostředí, mezoprostředí a mikroprostředí, které zahrnují prostředí školy. [14]



Obr. 3.1 Vlivy působící na školy. [14]

3.4.1 Makroprostředí školy

Makroprostředí zahrnuje vlivy, jež působí na školy z vnějšího prostředí. Tyto vlivy škola nemůže ovlivnit, musí se jim přizpůsobit. Do makroprostředí zařazujeme demografické, ekonomické, politicko-právní, sociálně kulturní, přírodní a technologické faktory.

Demografické faktory

Demografie se zabývá průzkumem lidí. V České republice žije 10 526 685 obyvatel (ke dni 30. září 2010). Za období od ledna do září 2010 se narodilo 88 700 dětí, což je méně než ve stejném období roku 2009. [25] Pokles narozených dětí má v budoucnu negativní vliv ve vývoji počtu studentů na vysokých školách. Může docházet k tomu, že některé obory nemusí mít naplněnou kapacitu v počtu studentů, popř. se některé obory nemusí vůbec otevřít, z důvodů velmi nízkému zájmu potenciálních studentů. V České republice se nachází 26 veřejných a 45 soukromých vysokých škol. Jelikož jsem se zaměřila na výzkum v Moravskoslezském kraji, přesněji na okres Karviná, zaměřím se na tyto regiony. [34]

V Moravskoslezském kraji žije 1 244 172 obyvatel (ke dni 30. září 2010), na území o rozloze 5 427 km². V tomto kraji se nachází 883 792 obyvatel (k 31. prosinci 2009) v produktivním věku (od 15 do 64 let). Kraj má 6 okresů a 299 obcí. Od roku 1994 v tomto kraji dochází k neustálému úbytku obyvatel. [26] Úbytek je způsoben malou porodností a migrací. Lidé z tohoto kraje odcházejí do jiných částí republiky nebo do zahraničí. Hlavním důvodem této migrace může být vysoká nezaměstnanost a nízké mzdy (tyto faktory jsou rozebrány v následující kapitole). V kraji nalezneme 5 vysokých škol, z toho 3 veřejné a 2 soukromé. [34]

Okres Karviná je druhý nejvýchodnější okres České republiky. Na prvním místě se nachází okres Frýdek-Místek. Okres Karviná se rozprostírá na území 347,3 km² a přímo hraničí s Polskou republikou. Žije zde 273 137 obyvatel v 17 obcích, z toho ve věku 15 až 19 let je to 17 523 občanů a ve věku 20 až 24 let 17 457 občanů (k 31. prosinci 2009). [27] Vybrala jsem tyto dvě věkové skupiny obyvatel, jelikož se jedná o potencionální studenty denního studia na vysokých školách z tohoto okresu. V tomto okrese se nachází 31 středních škol a jedna vysoká škola, a to Slezská univerzita v Opavě – Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné. [23]

Ekonomické faktory

Vysoké školy v České republice mohou být ovlivněny mnoha ekonomickými faktory. Jejich charakter může pocházet z regionální, národní a v některých případech i mezinárodní úrovně. V Moravskoslezském kraji je míra nezaměstnanosti 12,36 % (k 30. prosinci 2010), což může vést k vynaložení méně finančních prostředků na vzdělávání, jak u mladší generace, kterou živí jejich rodiče, tak u starší generace, jež se chce dále vzdělávat.

Průměrná měsíční mzda v Moravskoslezském kraji činí 21 329,- Kč za období od 1. do 3. čtvrtletí 2010 [29]. Čistá mzda na osobu za rok 2009 v tomto kraji činila 123 460,- Kč/rok [30], což v přepočtu na jeden měsíc vychází na 10 288,- Kč. Za rok 2010 (3. čtvrtletí 2010) byla průměrná měsíční hrubá mzda u zaměstnanců 21 038,- Kč, po odečtení sociálního a zdravotního pojištění a daně z příjmu, vychází čistá mzda na 16 463,- Kč. Hrubá mzda v České republice je 23 665,- Kč (ke dni 9. ledna 2011), po odečtení daně a pojištění vychází čistá mzda, pro celou republiku, 18 261,- Kč [31]. Mzdy nelze přímo porovnat, ale můžeme říct, že v Moravskoslezském kraji jsou mzdy menší oproti celé ČR. Tento rozdíl může vést ke snížení životní úrovně oproti jiným krajům a využívání peněžních prostředků především na uspokojení základních potřeb, kde se vysokoškolské vzdělání nezařazuje. V případě, že by se osoby s nižšími příjmy chtěly více vzdělat, mohou využít nabídku levnějších vzdělávacích kurzů nebo zakoupit knížku pro samouky. S nízkými příjmy souvisí i získávání půjček na studia. Je obtížnější získat úvěr v případě, že je osoba nezaměstnaná, popř. má nízké příjmy. Pro tyto osoby jsou půjčky málo dostupné, jelikož pro bankovní instituce jsou rizikovější než osoby s vyššími příjmy. Půjčky jsou poskytnuty s vyšší úrokovou sazbou, což je pro osoby s nižšími příjmy nemotivující, protože se mohou dostat do platební neschopnosti.

Mezi další ekonomické faktory, jenž by mohly ovlivnit vývoj studentů na vysokých školách, můžeme zařadit daně, inflaci nebo měnový kurz. Z pohledu daňové problematiky, která může ovlivnit vývoj na VŠ patří např. zvyšování DPH a následného zdražení ubytovacích zařízení pro studenty. Inflace ovlivňuje kupní sílu studentů. U měnového kurzu může oslabení české koruny vůči zahraniční měně docházet ke snížení výjezdu českých studentů do zahraničí, ale může přilákat zahraniční studenty do českých vysokých škol.

Politicko-právní faktory

Vysoké školy na území ČR musí dodržovat řadu zákonů, vyhlášek, nařízení, směrnic, a doporučení, bez kterých by nemohly existovat. Na dodržování těchto zákonů dohlíží Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy. Ministerstvo může školám napomoci k získání finančních prostředků na rekonstrukci budovy školy, výzkum a vývoj, nákup vzdělávacích pomůcek pro zkvalitnění výuky atd. Za porušení zákonů může udělit pokutu či zákaz činnosti.

Vysoké školy se musí řídit těmito zákony:

- o vysokých školách; o podpoře výzkumu, experimentálního vývoje a inovací;
- o pedagogických pracovnících; o uznávání výsledků dalšího vzdělávání;

o ochraně osobních údajů; o svobodném přístupu k informacím; o archivnictví a spisové službě a mnoho dalšími.

Kromě zákonů musí také dodržovat nařízení vlády, např. o změně organizaci vysokých škol nebo o informačním systému výzkumu. Dále vyhlášky MŠMT a vnitroresortní předpisy MŠMT. [33]

Mezi obecné zákony, které musí taktéž VŠ dodržovat patří např. Zákoník práce, Zákon o daních z příjmů, Zákon o zaměstnanosti, Zákon o nemocenském pojištění, Občanským zákoník, Autorským zákon a další.

1. května 2004 vstoupila Česká republika do Evropské unie a tím musela přizpůsobit českou legislativu evropské. Pro vysoké škol to znamenalo přijetí tzv. Bílé knihy terciárního vzdělávání, která byla základním prvkem pro reformu českého vysokého školství. [21]

Vláda také uvažuje o zavedení školného na veřejných vysokých školách. O výši školného a kdy přesně bude zavedeno, se jen mluví. Oficiální termín zavedení školného stále nebyl schválen, předběžný termín je stanoven na rok 2013. Výše školného by se měla pohybovat okolo 10 000,- Kč za semestr. Student se bude moc rozhodnout, zda zaplatí školné hned nebo až po skončení studia při dosažení průměrné mzdy. Má to své výhody a nevýhody. Mezi výhody lze uvést zvýšení příjmů do rozpočtu vysokých škol, které se studenti rozhodnout studovat. Nevýhodou by mohlo být snížení počtu studentů na méně atraktivních školách nebo strach studentů vzít si půjčku na studia. [19]

Sociálně-kulturní faktory

Tyto faktory vyplývají z hodnot, zvyků, přístupů a preferencí obyvatelstva dané země či oblasti. [14] Kulturní prostředí je také tvořeno institucemi, se kterými přicházejí lidé do styku. Vliv kulturního prostředí na vysoké školství je značné. Dříve si lidé mysleli, že vystudovat vysokou školu je jen pro velmi nadané studenty nebo pro děti, kteří půjdou v šlépějích svých rodičů, jež jsou absolventi vysoké školy. V té době také vzkvétalo odborné řemeslnické školství. Bylo mnoho manuálně zručných studentů, kteří ovládali své řemeslo. Dnes je trend obrácený. Odborné školství upadá. V médiích se objevují kampaně na podporu řemeslnických oborů, jež mají přilákat žáky základních škol ke studiu právě na odborných středních školách, kde je část studia věnována právě praxi. Tento reklamní spot byl natočen pro TV Očko. [32] Na vysokých školách je vývoj jiný. Počet studentů se rok od roku zvyšuje a kvalita už není na tak vysoké úrovni, jak se na první pohled zdá. [4, 13] Roste počet

absolventů, pro které není uplatnění ve svém oboru, a proto se někteří vydávají za prací do zahraničí.

Technologické faktory

Technologické prostředí představuje obory, které se neustále vyvíjejí a zdokonalují. Pro vysoké školy a školství obecně to může znamenat nové možnosti vzdělávání. Prostřednictvím technických pomůcek, dnes už tomu jsou převážně digitální technologie, mohou učitelé lépe upoutat pozornost studentů či žáků. Na tvorbě nových technologií či zdokonalení těch stávajících se podílí mnoho vysokých škol, převážně technického zaměření. Aby i vysoké školy nezaostávaly za západními univerzitami, musí se přizpůsobovat novým technologiím, převážně v těch informačních.

Přírodní faktory

Mezi přírodní faktory se zařazuje problematika obnovitelných a neobnovitelných zdrojů. Dále zde můžeme zařadit klimatické podmínky, ekologii nebo ochranou životního prostředí. Tyto faktory mohou ovlivnit vysoké školy nepřímo. V případě zvýšení cen přírodních surovin to neovlivní chod školy, snad jen v konečném důsledku budou muset zaplatit více finančních prostředků na produkty, které se z těchto surovin vyrábějí nebo se používají při výrobě. Znečištěné ovzduší v některých průmyslových městech, kde se vysoké školy nachází, může ovlivnit potencionální studenty hlásit se na tyto školy. Jde opět spíše o nepřímý faktor. Mezi přírodní vlivy se zařazují i přírodní katastrofy, jenž nemůže nikdo ovlivnit a jen v malém měřítku se dají předvídat. Vysoké školy mohou tyto přírodní katastrofy ovlivnit a omezit či zastavit jejich chod, ale převážně jen na omezenou dobu.

3.4.2 Mezoprostředí

Do mezoprostředí se obecně zařazují subjekty, které ovlivňují chod školy, ale zároveň je škola může částečně ovlivňovat. Patří zde zákazníci, dodavatelé, prostředníci, konkurence a veřejnost. Do tohoto prostředí se také zařazují absolventi VŠ.

Zákazníci

Ve školství se studenti považují spíše za klienty školy než za zákazníky. [14] Klasický zákazník si může koupit prakticky cokoli i to vzdělání (myšleno zaplacení vzdělávacího kurzu), ale i přesto ho to nemusí donutit k učení. Vztah mezi učitelem a studentem je považován za určitou spolupráci na základě oboustranné motivace. Student je motivován k učení, pozornosti při hodině a spolupráci s pedagogem, aby měl lepší školní výsledky, za

kteří může být v budoucnu hmotně odměněn. V rámci studia na vysoké škole jsou studenti motivováni jednak k samotnému absolvování těchto škol a získání vysokoškolského titulu, ale hlavně lepší uplatnění po skončení studií na trhu práce. Pedagog je motivován převážně finančně, ale může nastat uspokojení i ze samotného učení další generace.

Klienty vysokých škol neboli studenty můžeme rozdělit do dvou hlavních kategorií. První skupinu tvoří studenti, kteří přechází plynule ze středních na vysoké školy. Věk těchto studentů se pohybuje okolo 20 let. Druhou skupinou jsou osoby staršího věku, pracující a mají zájem se dále vzdělávat. Tito lidé využívají buď možnosti klasického absolvování studijního programu, nebo jen konkrétního vzdělávacího kurzu, jež může škola pořádat (obě tyto možnosti si ale musí zaplatit).

Mezi další klienty školy patří organizace, jak soukromého tak státního charakteru, jež chtějí zvýšit kvalifikaci svým zaměstnancům. V tomto případě si zaměstnanec vzdělání nehradí, popř. jen částečně. Opět může mít vzdělání dvojí charakter, tzn. vzdělávací kurz ukončený certifikátem nebo vysokoškolské vzdělání ukončeno vysokoškolským diplomem.

Dodavatelé

Za dodavatele vysokých škol můžeme považovat instituce, které dodávají materiální prostředky, pro potřebu samotného chodu školy. Mohou nakupovat od českých, popř. i zahraničních obchodníků. Mezi hlavní nakupované produkty patří výpočetní technika, kancelářské potřeby, software do počítačů, výukové programy, vybavení učeben nábytkem, projekční technikou a mnoho dalších pomůcek nejen pro pedagogy.

Mezi nepřímé dodavatele můžeme zařadit střední školy a firmy. Na středních školách studují potencionální studenti VŠ a firmy zaměstnávají pracovníky, u níž chtějí zvyšovat kvalifikaci.

Prostředníci

Patří zde subjekty, které vstupují mezi vysokou školou a jejím klienty, např. banka při placení školného. Převážně se mezi nimi žádný subjekt nevyskytuje.

Konkurence

Konkurence u VŠ určitě existuje, i když mnoho škol spíše spolupracuje, popř. se nyní hovoří o možném slučování některých VŠ. [22] Nejvíce si školy konkurují při získávání studentů v požadovaném množství a s žádoucími znalostmi. Dále v získání kvalitních pedagogů a finančních prostředků.

Na trhu vysokoškolského vzdělání se vyskytuje dle Doc. Světlíka šest typů konkurence, a to [14]:

- *Konkurence přání* - Z pohledu studenta se jedná o možné varianty rozhodnutí při řešení otázky „Co bude dělat po ukončení střední školy?“. Nabízí se mu mnoho možností řešení. Mezi ty nejčastější varianta patří „pokračování ve studiu na VŠ“ nebo „nastoupit do zaměstnání“, popř. obě varianty propojit a „studovat při zaměstnání“. Následující konkurence probíhají v případě, že se student rozhodne pokračovat ve studiu.
- *Konkurence zaměření* – Představuje různé možnosti zaměření VŠ, od technického, přes zdravotní, právnické, ekonomické až po vojenské.
- *Konkurence oboru* – Zahrnuje již konkrétní možné studijní obory, např. v oblasti Marketingu, Financí, Cizích jazyků, Sociálního práva apod.
- *Konkurence vzdělávací úrovně* – Zda by se jednalo o univerzitní či neuniverzitní VŠ nebo školu zaměřenou na praxi, převážně vysoké odborné školy.
- *Konkurence mezi veřejnou a soukromou VŠ* – V dnešní době veřejné školství ještě stále představuje nižší náklady na studia oproti soukromým VŠ, kde převážnou část nákladů na studia pohltí desetitisícové školné.
- *Konkurence škol* – Zahrnuje výběr konkrétní školy, která vždy vyhrála v pomyslných předcházejících konkurenčních bojích z pohledu studenta.

Veřejnost

Za veřejnost považujeme jakoukoli skupinu osob, která má určitý zájem na tom, aby vysoké školy dosahovaly svých cílů, případně mají na ně vliv. [7] Mezi tyto skupiny lze zařadit, např.:

Média, jako jsou noviny, časopisy, rozhlasové či televizní stanice, které mohou informovat širokou veřejnost o pozitivních, negativních či neutrálních zprávách z oblasti terciárního vzdělávání.

Místní obyvatelé dané lokality, v níž se VŠ nachází.

Zaměstnanci VŠ. Nejedná se jen o samotný učitelský sbor, ale také o uklízečky, vrátní, šatnářky, sekretářky apod. Pro komunikaci se zaměstnanci využívají některé vysoké školy,

jako interní zdroj, školní časopisy či noviny, v nichž informuje vedení školy o novinkách, pořádaných akcích atd.

Široká veřejnost. Touto skupinou se rozumí obyvatelstvo nejen v blízkosti VŠ, ale i vzdálenější veřejnost z jiného kraje České republiky, popř. i za hranicemi státu.

Mohli bychom zde zařadit i společnosti obchodní, které se podílejí na rozvoji VŠ sponzorstvím nebo nabízejí stáže studentům v těchto firmách, s možností dlouhodobější spolupráce, popř. pracovní příležitosti po absolvování studia.

Pro komunikaci s veřejností, ať už z oboru školství či nikoli, má každá vysoká škola pověřeného mluvčího, který s těmito skupinami komunikuje jménem VŠ.

3.4.3 Mikroprostředí

Vnitřní prostředí vysoké školy tvoří faktory, které může škola ovlivnit. Představuje jak silné stránky a možné příležitosti, kterými se odliší od jiný VŠ, tak slabé stránky a hrozby, jež mohou školu poškodit a snížit její image na trhu terciárního vzdělávání. Dle Doc. Světlíka je mikroprostředí škol tvořeno těmito faktory [14]:

Klima školy

Je nejvíce ovlivňováno kulturou, kvalitou managementu a systémem mezilidských vztahů. Pro dobré klima školy je charakteristická loajalita ke škole. Ta se projevuje podporou jejich cílů a zájmů souvisejících s prací ve škole. Dobrá atmosféra ve škole vede k lepšímu vytvoření místa, kam rádi chodí nejen její zaměstnanci, ale i studenti. V opačném případě mohou negativní vztahy na půdě školy vyvolat nepřátelské a nespolupracující prostředí, jak mezi pedagogy, tak studenty, kteří pak raději z těchto škol odcházejí, pokud mají kam.

Za důležitý faktor, jenž ovlivňuje klima školy, řadíme převážně složení pedagogického sboru. Pod tímto pojmem si lze představit vyváženost z hlediska pohlaví pedagogů, jejich věku a struktury, tzn. autoritativní a demokratické typy učitelů.

Kultura školy

Kultura školy je vytvářena z představ, přístupů a hodnot, jenž jsou ve škole sdíleny a dlouho udržovány. Vyznačuje se specifickou formou komunikace, způsobu rozhodování, ve shodném pohledu učitelů a dalších pracovníků na dění uvnitř školy. Projevuje se materiálně i nemateriálně, uvnitř i vně školy. Může mít nehmotné i hmotné prvky. U vysokých škol, které mají rozsáhlé prostory, se můžeme setkat i s tzv. subkulturou, např. fakulty patřící pod

jednu VŠ mohou mít svou osobitou kulturu. Důležitou roli zde hraje typ školy, její velikost a historie, lokalita, ve kterém působí atd.

Pod pojmem kultura školy si lze konkrétně představit např. její rituály, ceremoniály, samotný proces výuky, vybavení školy, hodnoty a normy chování, pravidla a řád školy, kurikulum⁵ nebo také její logo, fond písma, značení apod.

Mezilidské vztahy

Mezilidské vztahy se týkají vztahů mezi pedagogy a studenty, mezi pracovníky školy navzájem a vztahy s okolím školy. Škola se snaží tyto vztahy udržovat v harmonické úrovni, aby mezi jednotlivými subjekty nevznikala nedůvěra, povýšenost, závist apod. Vždy by měla, ale tyto vztahy udržovat na takové úrovni, aby nebyly v rozporu s jejími cíli a strategií.

Organizační model školy

Představuje způsob, jakým škola rozděluje a koordinuje úkoly mezi pracovníky školy, zahrnuje i postavení pedagogického sboru, jaká je struktura a postavení vedení školy. Lze zde zařadit i způsob seskupování studentů do studijních skupin.

Existují dva druhy organizačního systému školy. Byrokratický, který se vyznačuje převážně svou autoritativností, přesně nadefinovanými pravidly, obsah komunikace atd. Druhým modelem je tzv. organický založený na osobnějším přístupu k lidem, zdůraznění lidského faktoru, osobní zodpovědnosti, spolupráci apod. Oba typy jsou považovány za krajní možné modely. V praxi se samostatně nevyskytují, spíše kombinace obou modelů je častější, s převládající buď direktivní či osobnější složkou.

Kvalita managementu a pedagogického sboru

Rozebráno v subkapitole klima školy.

Materiální prostředí školy

V dnešní době se vybavenost VŠ příliš neliší. Vedení škol se snaží nakupovat nejnovější aparáty pro své studenty i pedagogy k zefektivnění výuky. Využitím evropských fondů modernizuje samotné budovy škol, aby prostředí pro studenty a jejich zaměstnance bylo příjemné a navodilo atmosféru, při níž se lépe vyučuje.

⁵ Kurikulum zahrnuje vztahy mezi pedagogy a studenty, potřeby učitelů, studentů a dalších subjektů podílejících se na procesu vzdělávání a způsoby organizace vzdělávání. [43]

4 Metodika výzkumu

4.1 Přípravná fáze

4.1.1 Definování problému a cíle výzkumu

Jelikož se nezaměřuji ve své práci na konkrétní vysokou školu, ze které by problém vyplýval, nahlížím na problém v obecném měřítku. Za problémy, jež se vysoké školství potýká bych uvedla snižující se počet studentů na určitých méně atraktivních oborech, snižování kvality absolventů v důsledku vysokého počtu studentů na školách, menší možnosti zaměstnání některých absolventů z více početných oborů apod.

Hlavním cílem výzkumu bylo zjistit motivy potencionálních studentů k vysokoškolskému studiu. Výzkum byl zaměřen na cílovou skupinu studentů 4. ročníků středních škol denního studia.

Dílčí cíle výzkumu byly:

- zjistit postoje studentů k vysokoškolskému studiu v ČR,
- zjistit postoje k budoucímu zavedení školeného na VŠ,
- zjistit, z jakých informačních zdrojů získávají potřebné informace o VŠ,
- zjistit, kdo studenty ovlivňuje při rozhodování o studiu na VŠ,
- zjistit, z jakých důvodů studenti neuvažují o studiu na VŠ.

4.1.2 Orientační analýza situace

Na podzim roku 2009 proběhl výzkum v rámci mezinárodního projektu EUROSTUDENT IV ve spolupráci s individuálním národním projektem na téma Reforma terciárního vzdělávání u studentů vysokých škol. V tomto výzkumu se rozebíraly okruhy otázek, jako např. náklady spojené se studiem, příjmy studentů, názory na školné, studium v zahraničí apod. Tento výzkum se nezabývá hlavními důvody, proč se studenti na vysoké školy hlásí, což je hlavní úkol mé diplomové práce.

Částečně se této problematice dotýkají výzkumy „*Postavení vysokoškolského studia v ČR*“ a „*Neúspěšnost studia posluchačů 1. ročníků technických studijních programů veřejných vysokých škol v ČR a její příčiny*“. Tyto výzkumy byly zpracovány v Centru pro studium vysokého školství v Praze. Na výzkumech pracovaly Ing. Menclová a Mgr. Baštová.

[44]

Jelikož jsem nezjistila podrobnější informace k těmto výzkumům, rozhodla jsem se ve svém výzkumu pokračovat. Výsledky a další podrobnější informace k těmto výzkumům jsou uloženy v archívu výše zmiňovaného centra v Praze. Jelikož je Praha daleko rozhodla jsem se tuto cestu neabsolvovat z finančních a časových důvodů. Z e-mailové zprávy, kterou mi zaslala paní Mgr. Baštová, nevyplynulo, že by se jednalo o zásadní výsledky, jež by mohly vyřešit stanovený cíl mé práce. [44]

4.1.3 Hypotézy

Hypotéza č. 1: Druh střední školy nemá vliv na studium vysoké školy.

Hypotéza č. 2: Image VŠ nepatří mezi první 3 nejdůležitější kritéria při výběru vysoké školy.

Hypotéza č. 3: Příjem domácnosti respondenta nemá vliv na výši školného, které je respondent ochoten platit.

Hypotéza č. 4: Vysokoškolské vzdělání v rodině studenta nemá vliv při rozhodování o studiu na vysoké škole.

Hypotéza č. 5: Alespoň 80 % oslovených studentů používá internetové stránky jako hlavní zdroj informací o vysokých školách.

4.1.4 Plán výzkumu

Typy údajů

Hlavním zdrojem mých informací byly vyplněné dotazníky od studentů. Získané informace mají primární charakter.

Metoda sběru dat

Primární informace jsem získávala pomocí osobního dotazování. Nástrojem sběru dat byl dotazník (viz Příloha č. 5). Místem dotazování byly střední školy na území města Bohumína, Orlové a Karviné. V Bohumíně jsem se dotazovala na Gymnázium Františka Živného a místní Střední škole. V Orlové jsem navštívila studenty Obchodní akademie. V Karviné jsem oslovila studenty Střední průmyslové školy. Tazatelem jsem byla já osobně.

Vzorek respondentů

Základní soubor tvořili studenti všech středních škol v České republice, kteří se nacházeli ve školním roce 2010/2011 v maturitním ročníku. Velikost výběrového vzorku jsem stanovila na 330 respondentů ze čtyř středních škol. Cílová skupina zahrnovala studenty denního studia, čtvrtých či dvouletých navazujících oborů, kteří se nacházeli v posledním

ročníku studia. Výzkum byl zaměřen na tuto cílovou skupinu. Plánovanou strukturu vzorku jsem stanovila na základě techniky vhodného úsudku následovně:

18,1 % respondentů z Gymnázia Františka Živného v Bohumíně,

27,3 % respondentů ze Střední školy v Bohumíně,

27,3 % respondentů ze Střední průmyslové školy v Karviné,

27,3 % respondentů z Obchodní akademie v Orlové.

Jelikož nemám dostatek finančních ani časových prostředků pro oslovení všech studentů středních škol na území České republiky, zaměřila jsem se na okres Karviná. V okrese Karviná se nachází 31 středních škol v pěti městech, a to v Bohumíně, Českém Těšíně, Havířově, Karviné a Orlové. Pro výběr konkrétních středních škol jsem si stanovila následující kritéria:

- alespoň jeden studijní obor je ukončen maturitní zkouškou,
- na střední škole se neplatí školné,
- typ střední školy se ve výběru vzorku objeví jen jednou,
- geografická blízkost střední školy k mému trvalému bydlišti.

Po zhodnocení těchto kritérií zůstaly jen výše zmiňované střední školy, které celkově zahrnovaly okolo 15 maturitních tříd. Předpokládala jsem, že v každé třídě je maximálně 30 studentů, což při plné kapacitě a žádné nemoci dávalo celkem 450 potenciálních respondentů. Jelikož se mi počet zdál stále velmi vysoký, rozhodla jsem se stanovit počet dotazníků na jednu střední školu na maximální počet 90 kusů a oslovením jen tří maturitních tříd na jedné škole. V případě, že by se vyskytl na vybraných školách stejný obor a došlo by tím k duplicitě studijního oboru, stanovila jsem další kritérium, které této situaci mělo zabránit. Po této redukci zůstalo již 11 potenciálních maturitních tříd. Celkový počet dotazníků byl stanovený na 330 ks. Nepředpokládám, že získám všech 330 ks vyplněných dotazníků, ale chtěla bych dosáhnout hranice 200 ks.

Pro oslovení respondentů jsem zvolila techniku vhodného úsudku. Tato technika se zabývá nalezením takového místa, kde se potencionální cílová skupina nalézá. Dotazování na středních školách proběhlo v týdnu od 31. ledna do 4. února 2011 vždy v dopoledních hodinách od 9:00 - 12:00.

Rozpočet marketingového výzkumu

Cílová částka výzkumu byla odhadnuta na 3 000,- Kč. Do této částky jsem zahrnula náklady na nákup papírů na dotazníky, cartridge s barvou do tiskárny, cestu autobusem do Karviné a Orlové (míst sběru dat) a zpět, spotřebu elektrické energie při práci na počítači a v neposlední řadě i náklady vynaložené na úkor mého volného času.

Harmonogram činností

V následující tabulce 4.1 je uvedený časový harmonogram činností, podle kterého výzkum probíhal. V jednotlivých řádcích jsou uvedeny dílčí aktivity, jež výzkum zahrnuje. Ve sloupcích je uveden časový rozsah jednotlivých činností.

Činnosti\týdny	6.12. – 12.12.10	13.12. – 19.12.10	3.1. – 9.1.11	10.1. – 16.1.11	17.1. – 23.1.11	24.1. – 30.1.11	31.1. – 6.2.11	7.2. – 13.2.11	14.2. – 28.2.11
Definování problému a cíle výzkumu									
Orientační analýza									
Plán výzkumu									
Sestavení dotazníku									
Pilotáž									
Sběr údajů									
Zpracování údajů									
Analýza údajů									
Výsledky výzkumu									

Tab. 4.1 Harmonogram činností.

Kontrola plánu

Kontrolu plánu jsem provedla pomocí předvýzkumu, který je také označován jako pilotáž, a to na vzorku 15 respondentů. Předvýzkum má odhalit a napomoci k odstranění případných chyb v dotazníku. Tento předvýzkum byl proveden na Gymnáziu Františka Živného v Bohumíně u studentů třetího ročníku, kde studuje má netař, kterou jsem požádala o vyplnění dotazníků ve své třídě.

4.2 Realizační fáze

Celkový počet připravených dotazníků pro sběr dat byl stanoven na 345 kusů (vč. dotazníků na pilotáž). Tento počet zahrnoval i rezervu v případě, že by dotazníky obsahovaly zásadní chyby, kvůli kterým bych byla nucena tyto dotazníky vyřadit. Pro eliminaci tohoto rizika byl proveden předvýzkum, díky němuž byly zásadní chyby odhaleny.

Pilotáž odhalila chyby v dotazníku, které se týkaly převážně špatného pochopení některých otázek a designu samotného dotazníku. Před samotným výzkumem byl dotazník přepracován a otázky, u kterých se vyskytly nesrovnalosti, byly přeformulovány. Největší problémy se vyskytly u otázky č. 13, kde respondenti měli uvést vždy jen jednu možnou odpověď a po zodpovězení přejít na otázku č. 15. Respondenti to prováděli zcela opačně. U otázky č. 13 uváděli více odpovědí, než bylo stanoveno a po zodpovězení přecházeli neustále na otázku č. 14, kterou vyplňovat neměli. Proto jsem u této otázky stanovené podmínky více zdůraznila. Částečně toto zdůraznění eliminovalo tento problém. Nejdůležitější bylo odstranit problémy označování většího počtu odpovědí u otázky č. 13, což se zdařilo. Otázka č. 14 se z poloviny objevovala vyplněná, i když nemusela, což v konečném důsledku nepovažuji za zásadní chybu, protože do analýzy dat jsem tuto otázku, u dotazníků, které ji neměli vyplňovat, nezařazovala.

4.2.1 Sběr údajů

Dotazování proběhlo ústní formou na vybraných čtyřech středních školách v Bohumíně, Karvině a Oslové. V zásadě nebyl problém s neochotou vyplnit dotazník, ale ve špatně zvoleném termínu dotazování. Ve stanoveném termínu výzkumu, a to od 31. ledna do 6. února 2011 se vyskytly hned dva dny pro dotazování nevhodné. V pondělí 31. ledna se rozdávalo pololetní vysvědčení a výuka byla zkrácená. Na pátek 6. února pak připadlo volno z důvodu pololetních prázdnin. Proto jsem byla nucena výzkum prodloužit o další týden.

Výzkum proběhl na školách po předchozí korespondenci s vedením školy, při které jsem jim objasnila důvody svého výzkumu, kdo přesně by měl dotazníky vyplňovat a samozřejmě na samotném termínu výzkumu u jednotlivých středních škol. V následujícím pořadí probíhal výzkum na SŠ:

1. *Gymnázium Františka Živného v Bohumíně.* (Dále jen „Gymnázium“.) Zde byly osloveny dvě třídy, a to obory čtyřletého a osmiletého gymnázium. Při výzkumu na této škole se vyskytl další problém, a to vysoká absence studentů díky nemoci (chřipkové období). S tímto problémem jsem se potýkala i na ostatních školách.

2. *Střední škola, příspěvková organizace, Bohumín.* (Dále jen „Střední škola“.) Na této škole se mi podařilo zastihnout obory Provoz a ekonomika dopravy (čtyřletý), Podnikání (dvouletý navazující) a Obchodník (čtyřletý obor s praxí). Kvůli malému počtu studentů bylo vedení školy nuceno obory slučovat, proto obor Obchodník zahrnuje i čtyřletý obor Kuchař. Zde jsem chtěla oslovit ještě obor Výchovná a humanitární činnost, ale ty jsem v daný den výzkumu nezastihla.

3. *Obchodní akademie, příspěvková organizace, Orlová.* (Dále jen „Obchodní akademie“.) Zde byly osloveny všechny tři maturitní obory, a to Ekonomické lyceum, Informační technologie a Obchodní akademie.

4. *Střední průmyslová škola, Karviná, příspěvková organizace.* (Dále jen „Střední průmyslová škola“.) Na této škole se vyskytují čtyři maturitní obory, z nichž jsem vybrala tři. Obor Informační technologie jsem do výzkumu nezařadila z důvodu duplicity oboru (obor byl zařazen do výzkumu z Obchodní akademie, kde se taktéž vyučuje).

V následující tabulce 4.2 je uveden přehledný výčet toho, kolik dotazovaných mohlo být osloveno v den výzkumu na jednotlivých středních školách (podrobný popis jednotlivých škol viz výše). V druhém sloupci se nachází počty dotazníků, které by bylo možno získat od studentů v případě nulové absence. V tomto případě by bylo osloveno celkem 295 studentů. Jelikož absence byla značná, konečný počet dotazníků se snížil na 247 kusů (toto číslo je již očištěno o dotazníky, které nemohly být do analýzy dat zařazeny, díky závažným chybám).

Do analýzy dat bylo tedy zařazeno 247 dotazníků. Z 247 dotazovaných studentů odpovědělo na hlavní část dotazníku 218, zbylých 29 studentů označilo v první otázce odpověď „ne“, tím pádem přešli až na ot. č. 14 a nevyplňovali podstatnou část dotazníku.

Druh střední školy:	<i>Max. možný počet dotazníků</i>	<i>Skutečný počet dotazníků</i>
Gymnázium	54	60*
Střední průmyslová škola	78	58
Obchodní akademie	89	75
Střední škola	74	54
Celkový počet dotazníků	295 ks	247 ks

Tab. 4.2 Přehled v počtu dotazníků na jednotlivých středních školách.

* Počet získaných dotazníků je z Gymnázia Františka Živného v Bohumíně větší. Je to z toho důvodu, že zde byl proveden předvýzkum a některé dotazníky byly v pořádku a mohly být zařazeny do následné analýzy dat.

Díky špatnému načasování (pololetní prázdniny, chřipkové období) bylo dotazování prodlouženo o další týden. Celkové dotazování tedy proběhlo ve dvou týdnech od 31.1. – 11.2.2011.

Plánovaná struktura vzorku nebyla dodržena, převážně díky hrubému odhadu v počtech studentů na jednotlivých SŠ. Tab. 4.3 obsahuje plánovanou (odhadovanou) a skutečně dosaženou strukturu vzorku.

Druh střední školy:	<i>Odhadovaná struktura vzorku</i>	<i>Skutečná struktura vzorku</i>
Gymnázium	18,1 %	24,29 %
Střední průmyslová škola	27,3 %	23,48 %
Obchodní akademie	27,3 %	30,36 %
Střední škola	27,3 %	21,86 %

Tab. 4.3 Plánovaná a skutečná struktura vzorku na jednotlivých SŠ.

Plánovaná struktura vzorku u jednotlivých středních škol byla vypočtena z předpokládaného počtu dotazníků 330 ks. Skutečná struktura vzorku vycházela z hodnoty 247, což je počet dotazníků zařazených do analýzy dat.

Struktura vzorku byla dodržena na dvou SŠ. Na Gymnáziu byla struktura dodržena hlavně díky tomu, že zde byl proveden předvýzkum. Druhou SŠ, kde byla struktura vzorku dodržena, je Obchodní akademie, zde oproti jiným školám byla nejnižší absence studentů (odhad na této škole se naplnil na 99 %). Na Střední průmyslové škole a Střední škole nebyla struktura vzorku dodržena hlavně díky nízké kapacitě studentů ve třídách a vysoké absenci.

Stanovila jsem si hranici 200 kusů vyplněných dotazníků. Tento počet byl dosažen a o 47 ks dotazníků překročen.

4.2.2 Zpracování údajů a způsob analýzy dat

Kódování otázek a jejich možnosti odpovědi jsem si vytvořila ručně. Pro vytvoření datové matice jsem použila program Microsoft Office Excel. Do tohoto programu, dle mého názor, se lépe vkládají data, lze je rozčlenit do barevných sloupců a případné chyby snadno a rychle opravit. Pro následné zpracování a vyhodnocení, tak velkého množství dat, jsem již využila statistický program SPSS.

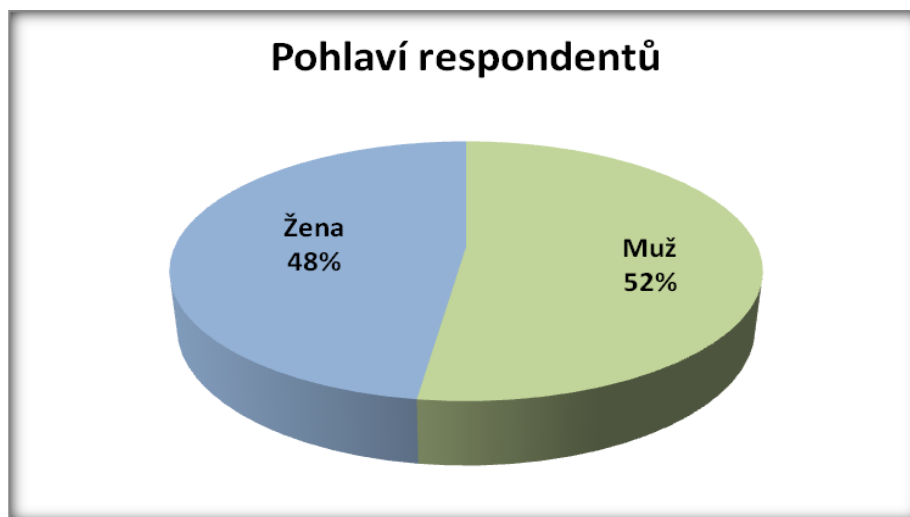
Na začátku analýzy jsem si přepsala odpovědi z jednotlivých dotazníků do datové matice a následně začala se samotnou analýzou jednotlivých otázek. Vyhodnocovala jsem

jednotlivé otázky samostatně, viz příloha č. 6, kde jsou uvedeny četnosti odpovědí u každé z nich v absolutním, relativním a kumulovaném vyjádření. U některých otázek jsou vyobrazeny i grafy. U rozsáhlých otázek jsou tyto grafy a tabulky nahrazeny jednou souhrnnou tabulkou, v níž jsou jen absolutní a relativní četnosti. V případě, že na některou otázku respondent neodpověděl, a přesto byl dotazník do analýzy zařazen, je tato hodnota označována jako tzv. „missing“. Tyto hodnoty jsou v tabulkách označeny červeně.

Vyhodnocení dat jsem rozdělila do dvou kategorií – třídění prvního a druhého stupně. Při třídění dat prvního stupně se jednotlivé otázky vyhodnocují samostatně a při třídění druhého stupně se používají kombinace otázek s možností zjištění případných vazeb. K tomuto účelu se používají identifikační otázky, popř. jiné otázky z dotazníku. Nejčastěji jsem využívala kombinace s identifikačními znaky, a to pohlavím, typem SŠ a vysokoškolským vzděláním v rodině. U otázek týkající se výše školního jsem využila i příjem domácnosti.

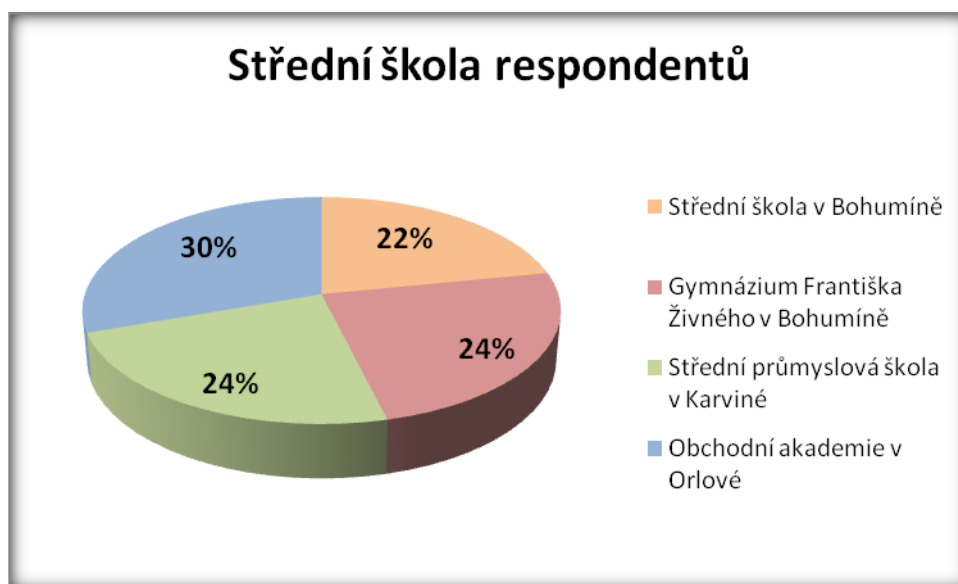
Identifikační znaky respondentů

Sledovanými identifikačními znaky bylo pohlaví, typ střední školy, příjem domácnosti, počet členů v domácnosti a vysokoškolské vzdělání v rodině. První dva znaky se týkaly přímo samotného respondenta, následující tři znaky se zaměřovaly na domácnost, v níž respondent žije.



Obr. 4.1 Počet respondentů podle pohlaví.

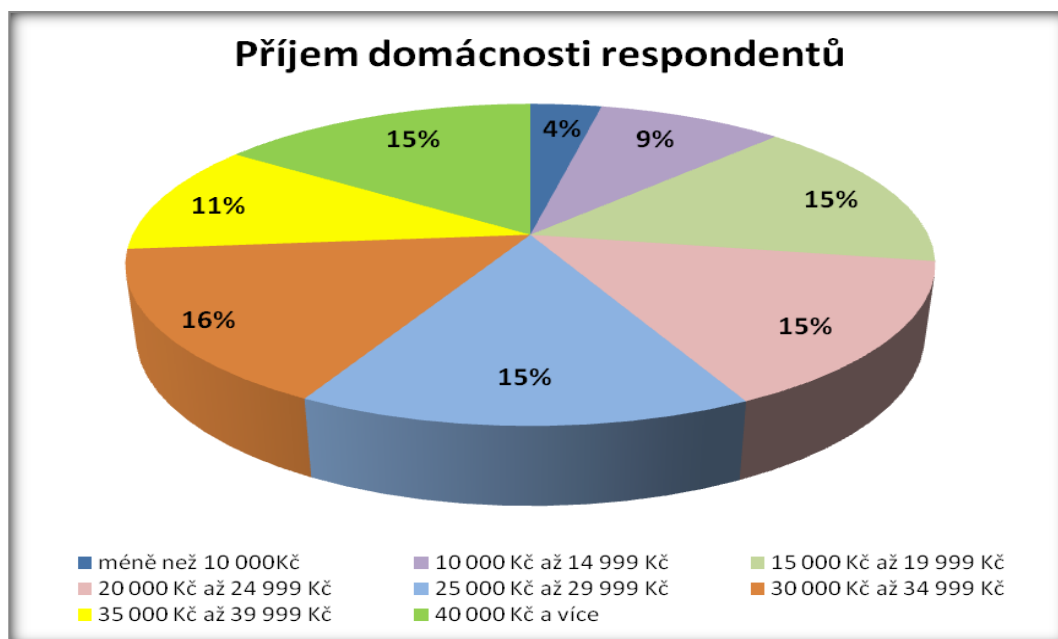
Jako první identifikační znak v dotazníku je uvedeno pohlaví respondentů, což znázorňuje obr. 4.1. Rozložení respondentů dle pohlaví je, až na 2 %, rovnoměrné.



Obr. 4.2 Počet respondentů dle typu střední školy.

Druhým identifikačním znakem byl typ střední školy (obr. 4.2), kterou respondent studuje. Nejvíce respondentů, kteří byli v den výzkumu osloveni, bylo na Obchodní akademii, jak už je rozebráno v kap. 4.2.1, je to způsobeno malou absencí a vysokým počtem studentů ve třídách.

Identifikační otázka týkající se příjmu domácnosti respondentů, byla značně kritizována a mnoho studentů nechtělo na tuto otázku odpovědět. Odpovědi na příjmovou otázku se vyhnulo 12 studentů. Na obr. 4.3 můžeme vidět pět příjmových kategorií, jež byly nejčastěji označovány.

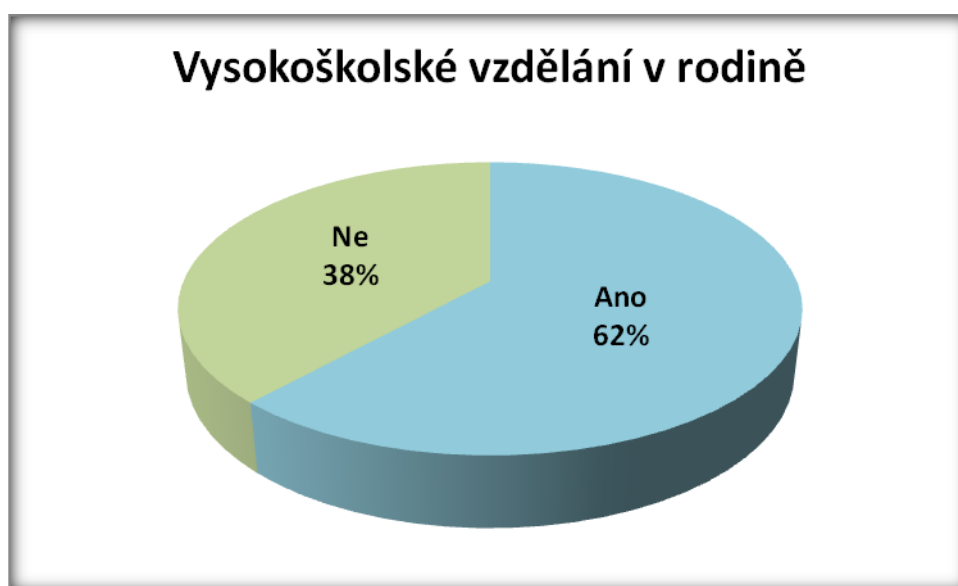


Obr. 4.3 Počet respondentů dle příjmových skupin.

Následující identifikační znaky se zaměřovaly na počet osob v domácnosti respondentů a vysokoškolské vzdělání v rodině. U otázky ohledně počtu osob v domácnosti,

se stejně jako u příjmu, vyskytovaly prázdné odpovědi. V příloze č. 6 je uvedena tab. 18, kde jsou vyobrazeny všechny odpovědi respondentů. Nejčastější odpověď byla „čtyři osoby v domácnosti“. Tuto odpověď uvedlo 113 respondentů z 217 a 30 studentů neodpovědělo. Tito studenti převážně neodpověděli ani na otázky týkající se příjmu.

Poslední otázka v dotazníku byla vyhrazena identifikačnímu znaku se zaměřením na vzdělání v rodině, a to vysokoškolské ukončené, popř. ještě studující. Na obr. 4.4 jsou uvedeny hlavní odpovědi respondentů. Pokud respondent uvedl odpověď „ano“, mohl zakřížkovat více variant odpovědi (viz Příloha č. 5: Dotazník.). Jak je vidět, 62 % studentů uvedlo, že mají v rodině alespoň jednoho člena, který vysokoškolské vzdělání má, popř. ještě VŠ studuje. Zaměřila jsem se na přímé členy v rodině, a to na otce, matku a sourozence. Za nepřímého člena rodiny pak považuji ostatní členy rodiny, jako je strýc, teta, atd., jež byli zařazeni do odpovědi „jiní členové rodiny“. Studenti nejčastěji označovali odpověď „jiní členové“ (36 %) a „sourozenci“ (21,5 %) (viz příloha č. 6, tab. 19.2).



Obr. 4.4 Počet respondentů podle vysokoškolského vzdělání v rodině.

Kontrola získaných údajů

Z možných 345 ks dotazníků mohlo být vyplněno jen 295 ks (celkový maximální počet studentů v oslovených třídách). Tento konkrétní počet dotazníků jsem nemohla zjistit předem, proto mi pomohl odhad v počtu studentů na jednu třídu, ten jsem stanovila na 30 studentů. Počet 295 ks se ještě snížil, díky absenci studentů, na 244 ks. Z důvodů chyb, zjištěných při kontrole dotazníků, jsem byla nucena vyřadit 5 dotazníků, tzn. snížení na 239 ks. Některé dotazníky z předvýzkumu neobsahovaly zásadní chyby, a proto do analýzy byly taktéž zařazeny a konečný počet dotazníků se ustálil na hodnotě 247 ks.

Klasifikace a kódování údajů

Po kontrole získaných údajů jsem vyplněné dotazníky, očištěné od vyřazených dotazníků, očíslovala pro lepší orientaci a případnou kontrolu. Pro vytvoření datové matice jsem si všechny otázky a varianty odpovědí okódovala.

Každé otázce byl přiřazen kód, který určoval číslo otázky v dotazníku (první otázka: kód 1; druhá otázka: kód 2 atd.). Kódování odpovědí už záleželo na typu otázky, a to:

Uzavřené otázky

Studenti měli nadefinované u těchto otázek možné varianty odpovědi, z nichž vybírali vždy jednu z možností, popř. více variant, které nejvíce vyhovovaly jejich úsudku. Takovým odpovědím jsem přiřadila opět kódy, jež odpovídaly sledu možnosti odpovědi (1. otázka, 1. varianta odpovědi: kód 1.1; 1. otázka, 2. varianta odpovědi: kód 1.2; atd.).

Polozavřené otázky

U tohoto typu otázek měli studenti nadefinované odpovědi jen zčásti, tzn., že studenti mohli zapsat do dotazníku svou odpověď, pokud jim v uvedených možnostech chyběla. Uvedené možnosti měli předem stanovené kódy. V případě, že respondent uvedl jinou možnost a přesně jí nadefinoval, bylo této odpovědi přiděleno číslo. Pokud se vyskytly odpovědi v malém měřítku, byly sloučeny do tzv. „jiné odpovědi“ a té jako celku přiděleno číslo.

Otevřené otázky

V případě tohoto typu otázky neměli respondenti nadefinované odpovědi vůbec. Volili si odpovědi dle vlastního názoru. Takto uvedené odpovědi jsem roztřídila a přidělila kódy jen nejčastěji se vyskytujícím odpovědím. Odpovědi, které se vyskytly jen zřídka, byly sloučeny a kódování bylo provedeno obdobným způsobem jako u uzavřené otázky.

4.2.3 Konečný rozpočet výzkumu

Stanovený rozpočet neměl přesáhnout částku 3 000,- Kč, což nebylo splněno. Částka přesáhla hranici tří tisíc korun o 166,50 Kč. V následujících tabulkách jsou rozpracovány náklady na tisk dotazníků (tab. 4.4) a náklady na celý výzkum (tab. 4.5). Osobní náklady zahrnují ztrátu volného času nad provedeným a zpracováním výzkumu. Celkový rozpočet se tedy navýšil na hodnotu 3 166,50 Kč. Neshledávám toto překročení jako velmi zásadní. V případě, že bych nechala tisknout dotazníky v některém kopírovacím centru (pro porovnání

jsem si vybrala nejbližší obchod, kde se tato služby v Bohumíně poskytuje) by cena 345 kusů dotazníků vzrostla na 1 207,50 Kč (3,50 Kč za oboustranný černobílý tisk jedné A4).

Nákladové položky:	<i>Kč na 1 kus dotazníku</i>	<i>Kč na 345 kusů dotazníků</i>
Papíry na dotazníky	0,20	69,-
Barva do tiskárny	0,50	172,50
Náklady na el. energii	5,-	5,-
Osobní náklady	200,-	200,-
Suma nákladů	205,70	446,50

Tab. 4.4 Přehled nákladů na vytisknutí dotazníků.

Nákladové položky:	<i>Kč</i>
Cena dotazníků	446,50
Náklady na cestování do škol	120,-
Elektrická energie	600,-
Osobní náklady	2 000,-
Cena výzkumu	3 166,50

Tab. 5.5 Přehled nákladů celého výzkum.

5 Analýza výsledků výzkumu

V následující kapitole jsem vyhodnocovala jednotlivé otázky z dotazníku, které jsem rozdělila do čtyř bloků. První se zabývá studiem na VŠ v ČR a v zahraničí. Druhá podkapitola zahrnuje postoje studentů k vysokoškolskému studiu v ČR. Blok třetí rozebírá problematiku týkající se budoucího zavedení školného na veřejných VŠ v ČR. Hlavní čtvrtý blok se vztahuje k problematice faktorů, které ovlivňují studenty při rozhodování o studiu na VŠ. Vyhodnocení hypotéz se nalézá v poslední části této kapitoly.

5.1 Studium na vysoké škole

Z 247 oslovených respondentů uvažuje o studiu na VŠ 88 % studentů (viz příloha 6, tab. 1). Z hlediska pohlaví nebyly nalezeny zásadní rozdíly v zájmu o studium na VŠ. Nejmenší zájem o vysokoškolské studium mají studenti ze Střední školy (35 % respondentů). Tito studenti uváděli, jako nejčastější důvod neochotu dále studovat, že již chtějí pracovat (73,7 % respondentů, kteří na tuto otázku odpověděli „zcela“ nebo „spíše souhlasím“) a studium na VŠ je spojeno s vysokými náklady (73,7 %). Z Gymnázia neuvedl žádný oslovený student, že nemá zájem o studium na VŠ, může to být převážně z toho důvodu, jelikož se studenti neučí konkrétnímu řemeslu a mají menší uplatnění na trhu práce jen s obecným středoškolským vzděláním. Pokud se vyskytuje v rodině někdo s vysokoškolským vzděláním, tak z 90 % student uvažuje o studiu na VŠ. Příjem rodiny ani počet osob v domácnosti nehraje při rozhodování o studiu na VŠ zásadní roli (vychází to z mého výzkumu, Chí kvadrát test prokázal závislost), ale v praxi, dle mého názoru, tyto dva faktory patří mezi důležité faktory.

Ti respondenti, jež chtějí dále pokračovat ve studiu na VŠ by z 82 % volili studium na veřejné VŠ, 13 % nezáleží na typu školy (viz příloha 6, tab. 2). Jen osm respondentů uvedlo, že by raději studovali soukromou VŠ, a to raději muži než ženy. Na typu VŠ nejvíce nezáleží studentům ze Střední školy a Gymnázia. Rodiny s nižšími příjmy upřednostňují veřejné VŠ. O soukromé VŠ se uvažuje častěji v rodinách, kde sourozenci respondentů mají nebo ještě studují VŠ a počet členů v domácnosti se pohybuje okolo 3 až 4 osob.

O studiu na zahraniční VŠ uvažuje zhruba 13 % oslovených studentů (viz příloha 6, tab. 3), převážně se jednalo o studenty Gymnázia a u vzdělanějších rodin s příjmy nad 25 000,- Kč. V případě, že by studium v zahraničí umožnila česká VŠ počet studentů by se zvýšil na 76 %.

5.2 Vnímání vysokoškolského studia

Toto povědomí o studiu vycházelo z otázky č. 5, kde bylo šest tvrzení, jenž mělo být ohodnoceno na škále od 1 (zcela souhlasím) do 5 (zcela nesouhlasím). Velmi často respondenti volili střední variantu odpovědi, která má malou vypovídací schopnost, proto jsem se zaměřila na krajní možnosti škály. Ty jsem pak sloučila na kladné odpovědi (1 a 2) a záporné odpovědi (4 a 5). Četnosti odpovědí jednotlivých tvrzení jsou uvedeny v příloze 6, tab. 5, tato tabulka zahrnuje absolutní a relativní četnosti, nezahrnuje však „valid percent“⁶, s nimiž v následujícím textu pracuji.

Tvrzení č. 1: Vysoká škola je dostupná jen nadaným lidem.

S prvním tvrzením, že je VŠ dostupná jen nadaným lidem, respondenti z 37 % nesouhlasí. Muži s tvrzením souhlasí více než ženy (o 5,8 %). V porovnání s typem SŠ jsem se nesetkala se zásadními změnami v odpovědích. U jednotlivých příjmových skupin se naskytly dvě hodnoty reziduí⁷, a to -2,3, kde respondenti z druhé příjmové kategorie (10 000,- až 14 999,- Kč) odpovídali rozdílně, než jsem očekávala. Taktéž tomu bylo i u respondentů s příjmy domácnosti nad 40 000,- Kč.

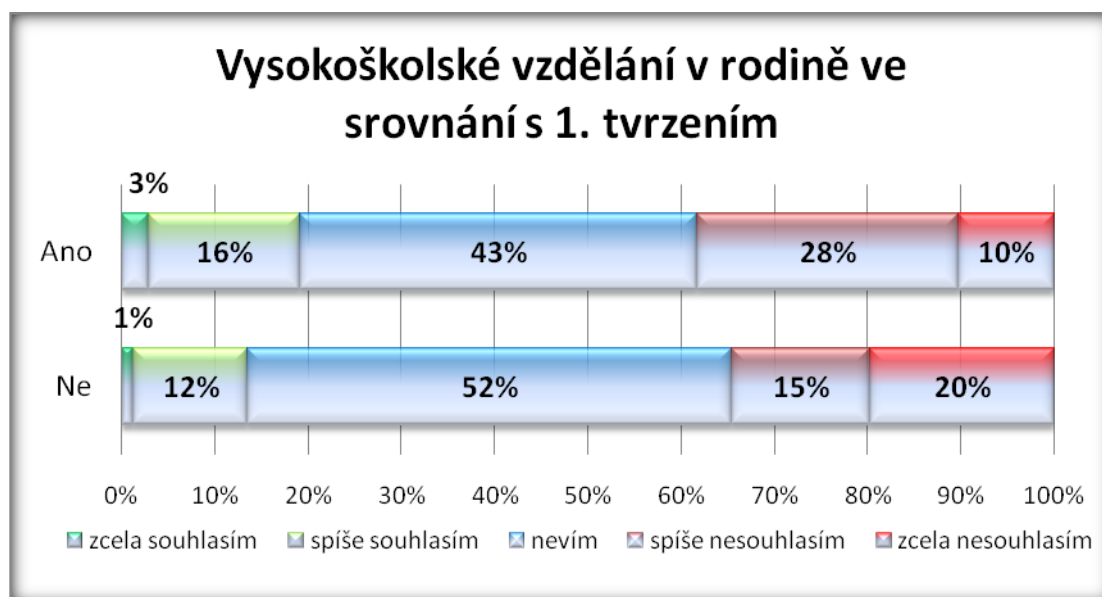
Crosstab							
Statistics=Adjusted Residual							
		Počet členů v domácnosti					
		1	2	3	4	5	6
VŠ je jen pro nadané studenty.	zcela souhlasím	-,1	-,6	-1,3	2,0	-,7	-,3
	spíše souhlasím	-,4	,8	-,6	,8	-,5	-,9
	nevím	-1,0	,8	,6	-,1	-1,0	-,3
	spíše nesouhlasím	-,5	-1,4	,4	-1,4	2,1	2,0
	zcela nesouhlasím	2,5	,1	-,3	,4	-,4	-,9

Tab. 5.1 Adjustovaná rezidua v kontingenční tabulce srovnávající počet členů v domácnosti a 1. tvrzení.

V tab. 5.1 můžeme tyto rezidua vidět v kombinaci s identifikačním znakem „počet členů v domácnosti“. Zde se vyskytly rovnou čtyři rozdílné hodnoty. Příklad interpretace: studenti ze čtyřčlenných domácností si myslí, že VŠ jsou jen pro nadané studenty více, než jsem předpokládala.

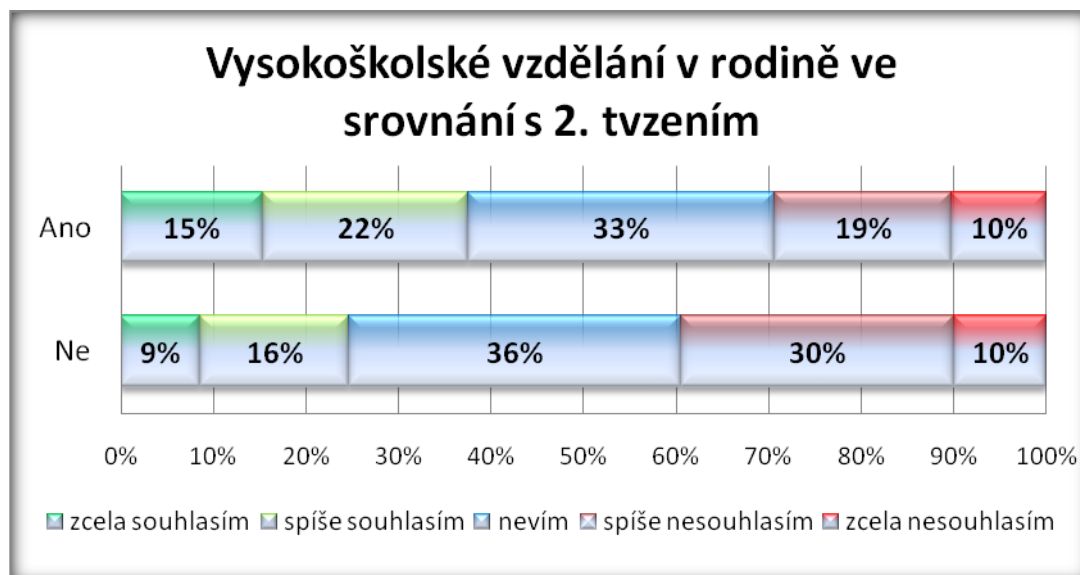
⁶ „Valid Percent“ je sloupec ve frekvenční tabulce (tabulce četností), který zaznamenává procenta jednotlivých proměnných upravené o tzv. „missing“ hodnoty. Celý tento sloupec hodnot pak dává 100 %.

⁷ Rezidua jsou rozdíly mezi hodnotami skutečně naměřených a očekávaných četností. Pokud je hodnota rezidua větší než 2 je v tabulkách označena zeleně. V případě, že je hodnota rezidua menší než -2 je označena červeně. V obou případech to znamená, že respondenti odpovídali rozdílně než jsem očekávala.



Obr. 5.1 Porovnání vysokoškolského vzdělání v rodině s tvrzením, že VŠ je dostupná jen nadaným lidem.

Provedla jsem Pearsonův chí kvadrát test, ale ten neprokázal významnou závislost mezi tímto tvrzením a jednotlivými identifikačními znaky. V případě, že je hodnota Chí kvadrátu testu mezi 0 a 0,05 pak existuje závislost mezi měřenými proměnnými. Hodnotě 0,05 se blížila hodnota 0,057 naměřena u identifikačního znaku „*vysokoškolské vzdělání v rodině*“ a 1. tvrzením. Na obr. 5.1 je porovnání vysokoškolského vzdělání v rodině s prvním tvrzením. Více nerozhodní jsou studenti z méně vzdělaných rodin, ale převážně stejné procento respondentů, bez ohledu na vzdělání v rodině, s tvrzením nesouhlasí.



Obr. 5.2 Porovnání vysokoškolského vzdělání v rodině s tvrzením, že někteří studenti si zaplatí zkoušky na VŠ.

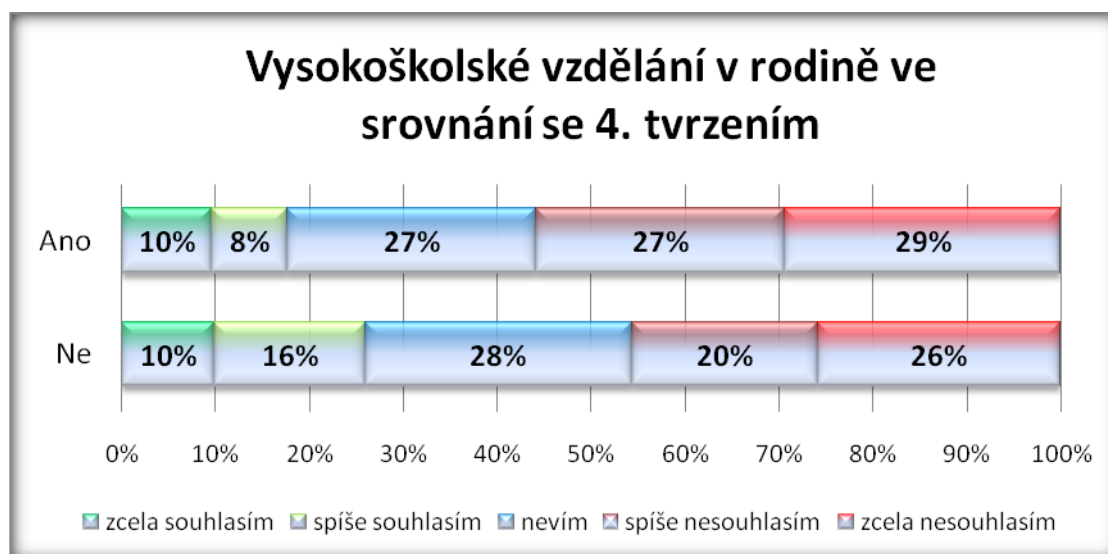
Tvrzení č. 2: Někteří studenti si zaplatí zkoušky na vysoké škole.

Druhé tvrzení přivedlo některé studenty na kauzu týkající se Západočeské univerzity v Plzni o rychlém navýšení vzdělání během několika málo týdnů. Ale i přes tento skandál se odpovědi, na toto tvrzení, rovnají. 33 % respondentů s tvrzením souhlasí a 33 % jich nesouhlasí. Více s tímto tvrzením souhlasí ženy než muži.

Pokud měl respondent v rodině někoho s VŠ vzděláním odpověděl, že s tvrzením souhlasí (37,5 % respondentů). V opačném případě, 40 % studentů, s tvrzením nesouhlasilo, což napovídá tomu, že osoby, které již prošly studiem na VŠ (popř. ještě studují) jsou toho názoru, že korupce na VŠ je možná (viz obr. 5.2). Chí kvadrát test neprokázal u tohoto tvrzení žádné závislosti.

Tvrzení č. 3: Vysoká škola připravuje jen specialisty v daných oborech.

Z 33 % si respondenti myslí, že VŠ připravují specialisty v daných oborech. S tímto tvrzením souhlasí více muži (41 %) než ženy (25 %). 36 % respondentů ze vzdělanějších rodin souhlasí s tímto tvrzením. U rodin bez vysokoškolského vzdělání se poměr odpovědi významně neliší.



Obr. 5.3 Porovnání VŠ vzdělání v rodině s tvrzením, že je studium při zaměstnání výhodnější.

Tvrzení č. 4: Studium při zaměstnání je výhodnější.

Se čtvrtým tvrzením, že je studium při zaměstnání výhodnější, souhlasí jen 21 % oslovených respondentů. Ženy s 57 % nesouhlasí s tímto tvrzením, a to je zhruba o 10 % víc, než je tomu u mužů. Na obr. 5.3 je vidět, že bez ohledu na vzdělání v rodině respondenti nesouhlasí s tvrzením, že je studium při zaměstnání výhodnější.

Tvrzení č. 5: S vysokoškolským diplomem najdu práci ve svém oboru rychleji.

70 % respondentu souhlasí s tím, že když budou mít vysokoškolské vzdělání, tak si najdou práci rychleji. Obě pohlaví s tímto tvrzením souhlasí, muži na 73 %, ženy o něco méně (66 %). V následující tab. 5.2 můžeme najít tři hodnoty reziduí. Hodnota 2,6 u Střední školy nasvědčuje tomu, že studenti na této škole velmi nevěří tomu, že by po absolvování VŠ našli práci rychleji. Naopak studenti Střední průmyslové školy s tímto tvrzením zcela souhlasili, i když byla druhou školou, v počtu studentů, jenž o studiu na VŠ neuvažují.

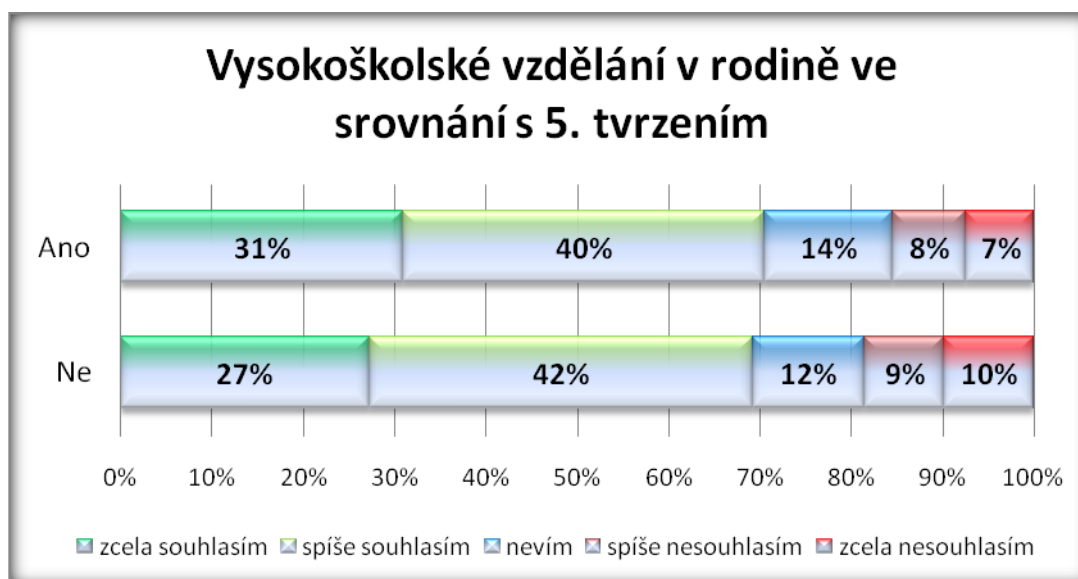
Crosstab					
Statistics=Adjusted Residual					
		Typ střední školy			
		Střední škola v Bohumíně	Gymnázium Františka Živného v Bohumíně	Střední průmyslová škola v Karviné	Obchodní akademie v Orlové
S VŠ diplomem najdu práci rychleji.	zcela souhlasím	-1,3	-,9	2,5	-,4
	spíše souhlasím	,0	,6	-2,1	1,4
	nevím	-,4	-,9	1,0	,2
	spíše nesouhlasím	,1	1,7	-1,3	-,5
	zcela nesouhlasím	2,6	-,1	-,3	-1,7

Tab. 5.2 Adjustovaná rezidua v kontingenční tabulce srovnávající typ SŠ a 5. tvrzení.

Vysokoškolské vzdělání v rodině výrazně neodlišuje odpovědi na toto tvrzení. Vzdělané i méně vzdělané rodiny souhlasí, že vyšší vzdělání má větší uplatnění na trhu práce, ale u méně vzdělaných rodin se taky častěji objevovali odpovědi nesouhlasu. Musíme brát na vědomí, že absolutní počet záporných odpovědí na otázku týkající se vzdělání v rodině byl skoro o polovinu menší. (viz obr. 5.4)

Tvrzení č. 6: Když si zaplatím školné na vysoké škole budu se více učit.

Oslovení respondenti s tvrzením, že po zaplacení školného se budou studenti více učit, převážně nesouhlasí (49 %). Ženy s tímto tvrzením nesouhlasí více než muži. Rezidua v tab. 5.3 opět prokázaly významné rozdíly u Střední školy a výše uvedeným tvrzením, než u jiných SŠ. Studenti zmiňované školy více s tvrzením souhlasí než studenti jiných SŠ. Pravděpodobný důvod může být v samotném typu SŠ. Studenti této školy nemají takové znalosti ke studiu na VŠ, jako je tomu např. na gymnáziích. Musejí vynaložit větší úsilí ke studiu, popř. se látku doučit samostudiem, což zabere více volného času, tím pádem si učení i více cení a nutí je to školu dokončit.



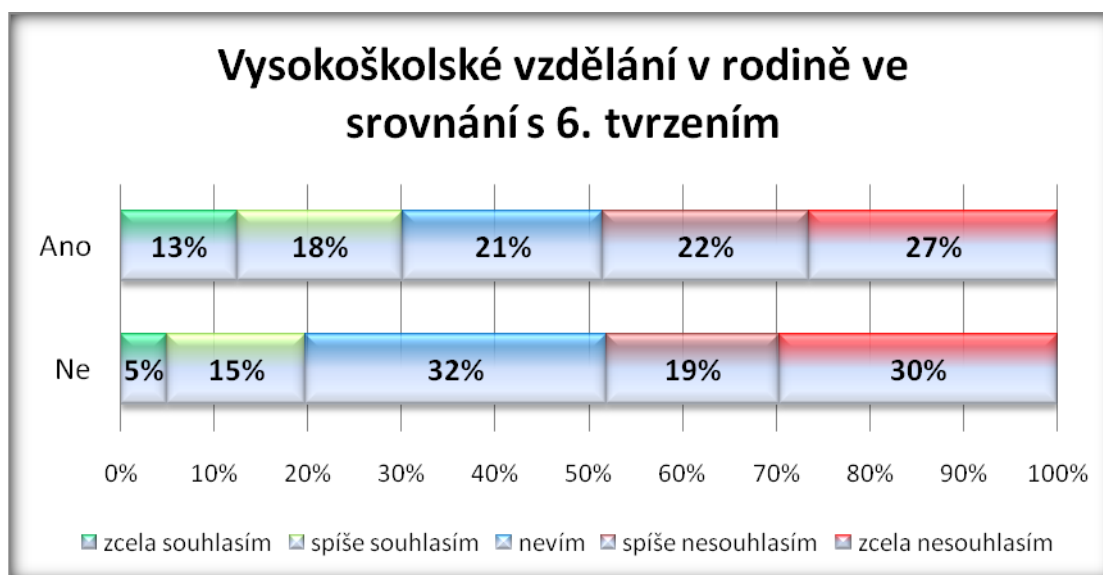
Obr. 5.4 Porovnání vysokoškolského vzdělání v rodině s tvrzením, že s VŠ diplomem najdu práci rychleji.

U příjmové kategorie 15 000,- až 19 999,- Kč odpovídali respondenti častěji, že s tvrzením zcela souhlasí, tato hodnota byla vyšší než ta očekávaná. Jelikož tuto kategorii řadím mezi kategorie nižších příjmů, předpokládám, že vynaložené prostředky na školné musí domácnosti delší dobu strádat, popř. pořídit si půjčku na studia, což může vést k vyššímu tlaku na studenty k učení ze strany rodičů.

Crosstab					
Statistics=Adjusted Residual					
		Typ střední školy			
		Střední škola v Bohumíně	Gymnázium Františka Živného v Bohumíně	Střední průmyslová škola v Karvině	Obchodní akademie v Orlové
Po zaplacení školného na VŠ se budu více učit.	zcela souhlasím	2,3	-,4	-,5	-,9
	spíše souhlasím	,6	,0	1,5	-1,9
	nevím	,5	-,4	-,3	,3
	spíše nesouhlasím	-,1	,2	-1,8	1,5
	zcela nesouhlasím	-2,4	,4	1,0	,6

Tab. 5.3 Adjustovaná rezidua v kontingenční tabulce srovnávající typ SŠ a 6. tvrzení.

Na následujícím obr. 5.5 je nesouhlas s tvrzením zřetelný u obou skupin rodin (s VŠ a bez VŠ vzdělání). Ze strany vzdělanějších rodičů je vyvíjen vyšší tlak na učení zřejmě už na SŠ (pořád je to jen předpoklad, ptala jsem se studentů na SŠ), proto 31 % respondentů s tvrzením souhlasilo. Jsem toho názoru, že kdyby se školné na VŠ již platilo, v den mého výzkumu by studenti odpovídali rozdílně.



Obr. 5.5 Porovnání vysokoškolského vzdělání v rodině s tvrzením „když si zaplatím školné na VŠ budu se více učit“.

5.3 Školné na vysokých školách

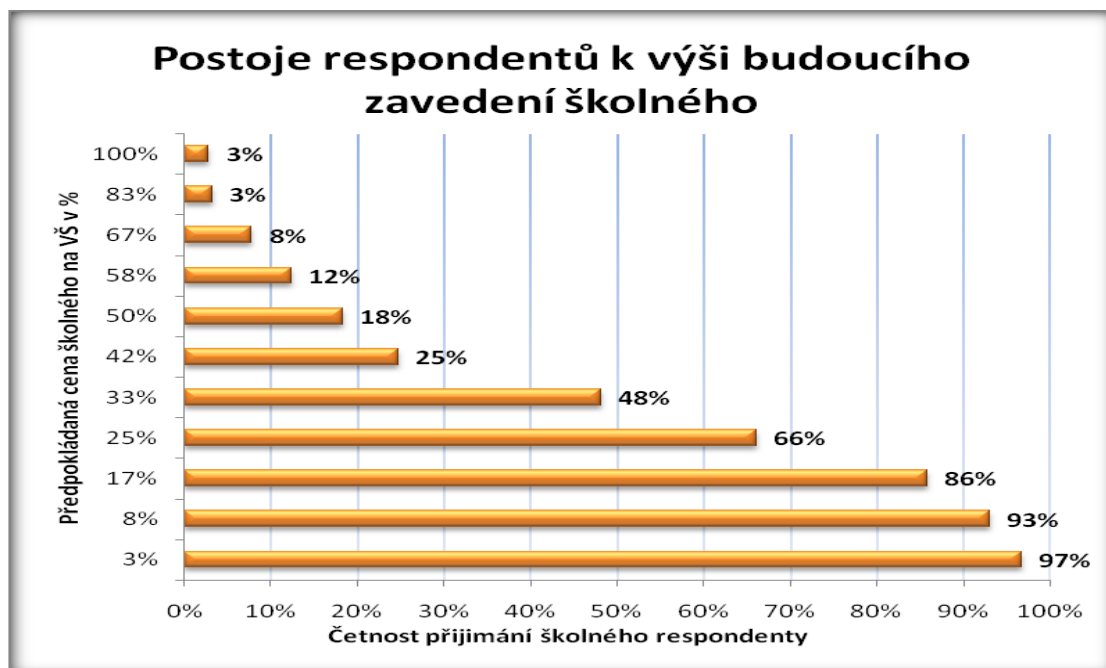
V dotazníku se oblasti školného týkaly čtyři otázky. S budoucím zavedením školného na VŠ souhlasí jen 21 % oslovených studentů (viz příloha 6, obr. 6), jenž jako nejčastější důvody uváděli zvýšení kvality VŠ (36 %) a odrazení těch studentů, kteří studium neberou tolik vážně (viz obr. 5.6). Mezi ty nejméně časté odpovědi, jež jsou uvedeny pod variantou „jiná odpověď“, jsem zařadila např. „aby absolventi neodcházeli do zahraničí“ nebo „bude více lidí na podřadné práce“ (další důvody jsou uvedeny v příloze 6 pod tab. 6.1).



Obr. 5.6 Nejčastější důvody respondentů pro zavedení školného na VŠ.

Ti respondenti, kteří uvedli, že souhlasí se zavedením školného, by byli ochotni platit školné ve výši až 5 000,- Kč/rok. Od částky 7 500,- Kč se již našli studenti, jež tuto částku platit nechtějí. Při školném 12 500,- Kč/rok je počet respondentů, kteří souhlasí se zavedením

školného a jsou ještě ochotní tuto částku zaplatit, menší než 50 %. 7 % oslovených respondentů, kteří souhlasí se školným, je ochotno zaplatit 25 000,- a více Kč za jeden rok studia na VŠ.



Obr. 5.7 Hodnocení výše budoucího zavedení školného na VŠ pomocí Batzovy konfigurační frekvenční analýzy.

5.3.1 Reakce na školné

Obr. 5.7 znázorňuje kolik procent respondentů, bez ohledu na to zda souhlasí či nesouhlasí se zavedením školného, je ochotno platit různé velikosti školného. 3 % odpovídají 1 000,- Kč/rok na studia, kterou je ochotno zaplatit 97 % respondentů. 33 % (10 000,- Kč/rok) je ochotno zaplatit již jen 48 % oslovených studentů. 30 000,- Kč/rok (100 %) zaplatí jen 3 % studentů.

Pohlaví v závislosti na výši školného

Se zavedením školného souhlasí více muži než ženy, ale v případě samotné ochoty platit školné je tento poměr obrácený. Všechny oslovené ženy, bez ohledu zda souhlasí či nesouhlasí se zavedením školného, jsou ochotny zaplatit školné ve výši 1 000,- Kč/rok. Zhruba 6 % oslovených mužů nemá ochotu platit školné ve výši 1 000,- Kč/rok. Z toho vyplývá, že ženy mají vyšší ochotu platit školné než muži. Závislost nebyla mezi sledovanými proměnnými prokázána Chí kvadrátem testem.

Typ SŠ v závislosti na výši školného

Nejvíce s placením školného na VŠ souhlasí studenti z Gymnázia (48 %). V tab. 5.4 jsou uvedeny významné částky vytažené z kontingenčních tabulek z programu SPSS. První sloupec představuje jednotlivé SŠ, 2. - 4. sloupec ukazuje částky, jež jsou nějak významné. Sloupec „*min. částka*“ zahrnuje částky, jakou výši školného jsou všichni studenti z jednotlivých škol ochotni zaplatit. Jen studenti z Gymnázia jsou ochotni zaplatit školné až do výše 5 000,- Kč, od částky 7 500,- Kč se již vyskytlo 18 % studentů, kterým tato částka nevyhovuje. 14 % respondentů Střední průmyslové školy již u první částky uvedlo, že nejsou ochotni ji zaplatit.

Druh SŠ	<i>Min. částka</i>	<i>Pro částku je méně než 50 %</i>	<i>Max. částka</i>
Střední škola	1 000,-	10 000,-	20 000,-
Gymnázium	5 000,-	12 500,-	30 000,-
Střední průmyslová škola	0,-	7 500,-	20 000,-
Obchodní akademie	1 000,-	12 500,-	30 000,-

Tab. 5.4 Výše školného na VŠ podle druhu střední školy.

Ve třetím sloupci s názvem „*pro částku je méně než 50 %*“ se nacházejí hodnoty školného, kterou schvaluje méně než polovina respondentů. Na hraně se nachází hodnota 10 000,- Kč u Střední školy, jelikož rozdíl mezi souhlasem a nesouhlasem pro tuto částku je minimální. U částky 12 500,- Kč je to již více zřetelné.

Poslední sloupec „*max. částka*“, jak už z názvu vyplývá, jde o částky, za nimiž už respondenti volili záporné odpovědi. V případě Střední školy se jednalo u této částky jen o jednoho respondenta, který tuto hodnotu zvolil. U Střední průmyslové školy to na první pohled vypadá, že s placením školného nemá velký problém, ale zdání klame. Hodnotu od 12 500,- až 20 000,- Kč/rok je ochoten zaplatit pouze jeden respondent. Závislost mezi těmito sledovanými proměnnými nebyla prokázána, jelikož Chí kvadrát test nevyšel v žádné možné variantě kombinací.

Příjem domácnosti v závislosti na výši školného

Se zavedením školného souhlasí domácnosti s příjmy nad 15 000,- Kč, ale nejedná se o zásadní výsledky, průměr všech příjmových kategorií činí 17 %. Tab. 5.5 je obdobnou tabulkou, jako v případě zkoumání výši školného na typu SŠ. Můžeme konstatovat, že domácnosti se zvyšujícími se příjmy jsou více ochotni platit vyšší školné na VŠ než je tomu

u domácnosti s příjmy nižšími. Závislost mezi příjmem domácnosti a výši školného je logická a potvrzují to i výsledky Chí kvadrátu testu, který vyšel u pěti kombinací těchto dvou proměnných.

Příjem domácnosti	<i>Min. částka</i>	<i>Pro částku je méně než 50 %</i>	<i>Max. částka</i>
Méně než 10 000,-	0,-	10 000,-	10 000,-
10 000,- až 14 999,-	1 000,-	7 500,-	15 000,-
15 000,- až 19 999,-	0,-	10 000,-	17 500,-
20 000,- až 24 999,-	0,-	10 000,-	17 500,-
25 000,- až 29 999,-	0,-	10 000,-	20 000,-
30 000,- až 34 999,-	1 000,-	12 500,-	30 000,-
35 000,- až 39 999,-	2 500,-	12 500,-	25 000,-
40 000,- a více	0,-	15 000,-	30 000,-

Tab. 5.5 Výše školného podle příjmu domácnosti respondentů.

Počet osob v domácnosti v závislosti na výši školného

Počet osob v domácnosti ve srovnání s výši školného neukázalo žádné významné výsledky, jelikož 80 % hodnot se rozděluje mezi tříčlenné a čtyřčlenné domácnosti, ty jsou ochotny zaplatit až 30 000,- Kč/rok. Významná závislost nebyla prokázána.

Vysokoškolské vzdělání v rodině v závislosti na výši školného

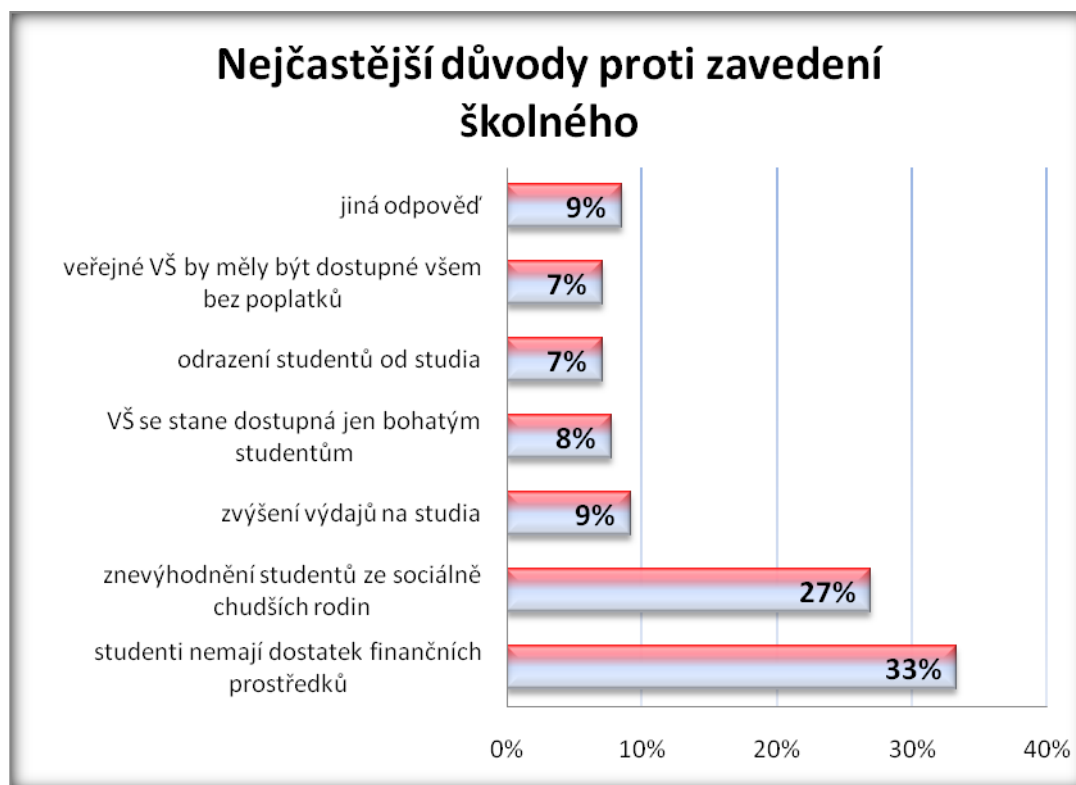
Se zavedením školného souhlasí více vzdělanější rodiny, u kterých se předpokládají vyšší příjmy a studium na VŠ nezatíží rodinný rozpočet tolik, jako u rodin bez VŠ vzdělání. V tab. 5.6 jsou uvedeny minimální, průměrné a maximální částky, jež jsou akceptovány u rodin s VŠ a bez VŠ. Chí kvadrát test prokázal závislost jen u jedné kombinace proměnných.

VŠ vzdělání v rodině	<i>Min. částka</i>	<i>Pro částku je méně než 50 %</i>	<i>Max. částka</i>
Ano	0,-	12 500,-	30 000,-
Ne	0,-	10 000,-	20 000,-

Tab. 5.6 Výše školného podle vysokoškolského vzdělání v rodině.

Větší část respondentu však nesouhlasí s budoucím zavedením školného na veřejných VŠ. Nejčastější uváděné důvody můžete vidět na obr. 5.8. Do možnosti „jiná odpověď“ jsem

zařadila např. „nemyslím si, že to zvýší úroveň VŠ“ nebo „začínat život s půjčkou není vhodné vykročení do života“. Další uváděné důvody jsou uvedeny v příloze 6 pod tab. 6.2.



Obr. 5.8 Nejčastější důvody proti zavedení školného na VŠ.

5.3.2 Obavy ze školného

Pokud bude školné na VŠ zavedeno, tak se respondenti spíše neobávají toho, že by to ohrozilo jejich pokračování ve studiu. Skoro 30 % těchto respondentů by si ani nevzalo na studia půjčku od banky. Zavedení školného na VŠ se více obávají ženy než muži. Ty by také zatížení studentského rozpočtu řešily půjčkou na studia poskytnuté bankou.

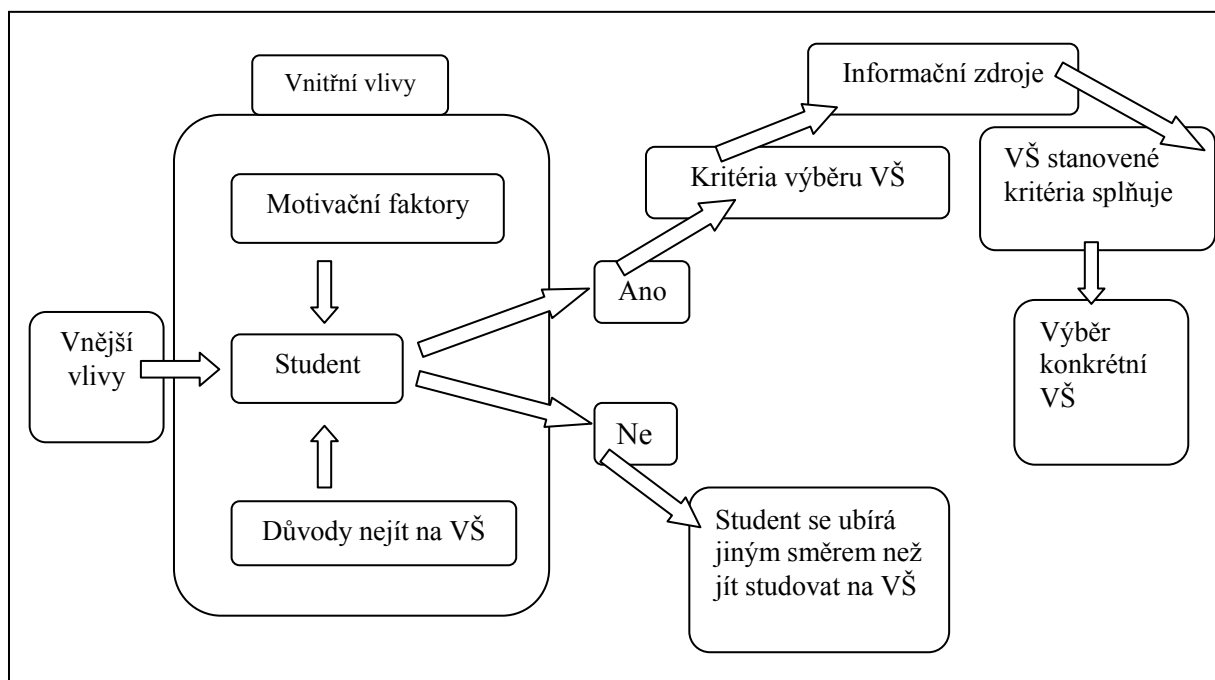
Studenti ze Střední průmyslové školy se nejvíce obávají zavedení školného, ale převážná většina nechce tento problém řešit půjčkou od banky. S velkou pravděpodobností to budou řešit jinými alternativami, např. brigádami nebo ukončení spoření v nějaké finanční instituci, kam jim nejspíš rodiče spořili. Problémy s placením školného by půjčkou řešili nejčastěji studenti z Obchodní akademie.

Respondenti s příjmy domácnosti do 20 000,- Kč se více obávají, že by zavedení školného mohlo ohrozit jejich pokračování ve studiu. Tyto skupiny by tuto finanční zátěž řešily půjčkou na studia.

Studenti z rodin bez VŠ vzdělání se více obávají problémů, které může zavedení školného způsobit. 39 % méně vzdělaných rodin by tuto situaci řešilo půjčkou.

5.4 Faktory ovlivňující studenty při rozhodování o studiu na VŠ

Na následujícím obr. 5.9 je rozebrán rozhodovací proces studenta, který se rozhoduje, zda pokračovat ve studiu na VŠ nebo jít např. pracovat. Jak je vidět student je ovlivňován vnějšími a vnitřními vlivy. Mezi ty vnější vlivy bych zařadila např. referenční skupiny nebo média. Tento vliv může mít pozitivní, negativní nebo neutrální charakter při rozhodování.



Obr. 5.9 Schéma zobrazující rozhodovací proces středoškolského studenta po absolvování SŠ.

5.4.1 Referenční skupiny

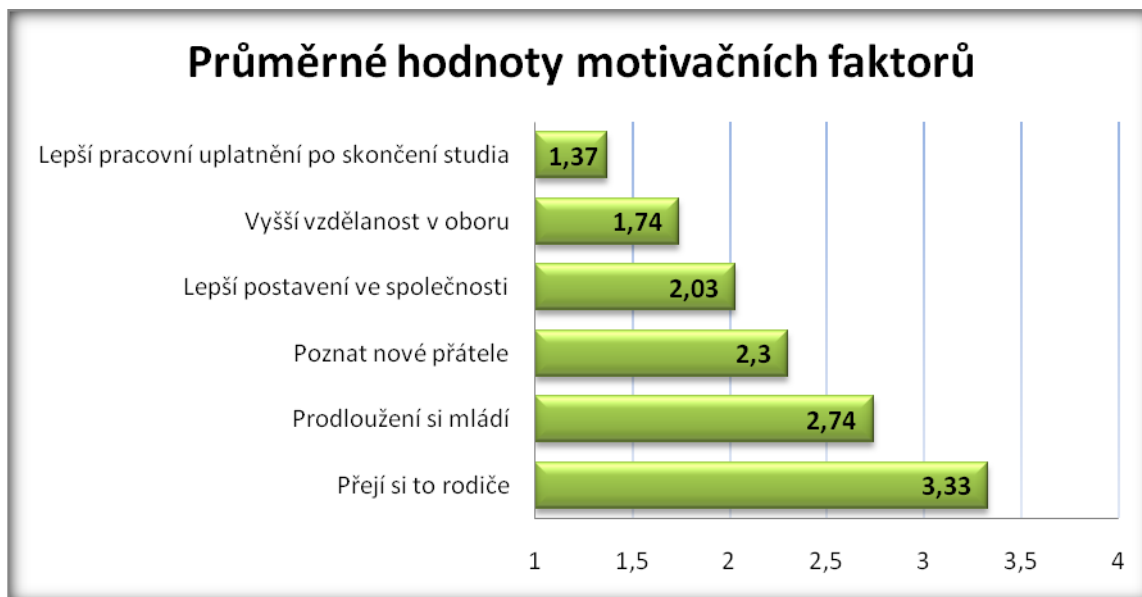
Respondenti nejčastěji odpovídali, že je nikdo neovlivňuje v jejich rozhodnutí, zda jít na vysokou školu studovat nebo ne. Tuto odpověď označilo 61 % studentů (viz příloha 6, obr. 13). 25 % studentů uvedlo, že je nejvíce ovlivňují rodiče. Z hlediska pohlaví se nevyskytly zásadní rozdíly v odpovědích. Rodiče nejvíce ovlivňují studenty Střední průmyslové školy a Gymnázia. Vysokoškolsky vzdělaní rodiče ovlivňují více studenta k dalšímu studiu než rodiče bez VŠ.

5.4.2 Vnitřní postoje respondentů

Kladné postoje ke studiu na VŠ

Kromě vnějších vlivů ovlivňují studenta i vlivy vnitřní, jež sám pociťuje. Mohou to být určité motivační prvky, které ho ženou ke studiu na VŠ nebo postoje či jiné možnosti volby. V příloze č. 6 na obr. 11 jsou uvedeny motivy respondentů ke studiu na VŠ. 93 % studentů chce studovat VŠ, protože předpokládají lepší pracovní uplatnění po skončení studia. Nejméně studentů však souhlasí, že chtějí studovat, jen proto, že si to přejí jejich rodiče.

Jeden respondent využil možnosti jiné odpovědi a uvedl, že chce jít studovat na VŠ, aby si tak splnil svůj cíl či sen.



Obr. 5.10 Průměrné hodnoty odpovědí respondentů v rámci hodnocení motivačních faktorů ke studiu na VŠ.

Na obr. 5.10 jsou zobrazeny průměrné hodnoty faktorů, které motivují více či méně studenty ke studiu na VŠ. Čím vyšší je uvedená průměrná hodnota, tím více studenti nesouhlasí s daným motivačním prvkem a opačně. Tyto průměrné hodnoty lze taktéž vyčíst z výsledků po provedení jednovýběrového T-testu⁸ v programu SPSS (příloha č. 6, tab. 11.2). Zeleně označený sloupec, pod názvem „Mean Difference“, zobrazuje hodnoty, které je nutno buď odečíst, nebo přičíst k průměrné hodnotě 3 (střední hodnota stanovené školy odpovědi). Dle tohoto testu lze dále říct, že se průměry nerovnájí stanovené hodnotě 3 (H_0 se zamítám a přijímám H_1).

Dle jednotlivých identifikačních znaků vyšly rozdíly u pohlaví, typu SŠ a u VŠ vzdělání v rodině. U příjmu a počtu osob v domácnosti zásadní rozdíly nebyly. Z hlediska pohlaví jsou ženy více rozhodnější než muži a více souhlasí s výše uvedenými motivačními prvky v obr. 5.10, popř. jsou odpovědi rovnoměrné u obou pohlaví. Že studium na VŠ může přinést nové příležitosti v poznání nových lidí, nesouhlasí 18 % mužů.

Studenti ze Střední školy a Obchodní akademie z 60 % souhlasí, že studium na VŠ prodlužuje mládí lidí. 65 % studentů z Gymnázia zcela souhlasí s tvrzením, že jdou na VŠ, aby se více vzdělali ve svém oboru, naopak s tímto tvrzením nesouhlasí Střední průmyslová

⁸ Jednovýběrový T-test je test, který porovnává průměry s předem stanovenou hodnotou. Nulová hypotéza (H_0) (průměry se rovnají) je zamítnuta, a přijímáme alternativní hypotézu (H_1), v případě, že interval spolehlivosti „Confidence Interval“ neobsahuje nulu.

škola. Tuto závislost prokázal i Chí kvadrát test. Nejvíce jsou tlačeni ke studiu na VŠ, ze strany rodičů, studenti z Gymnázia.

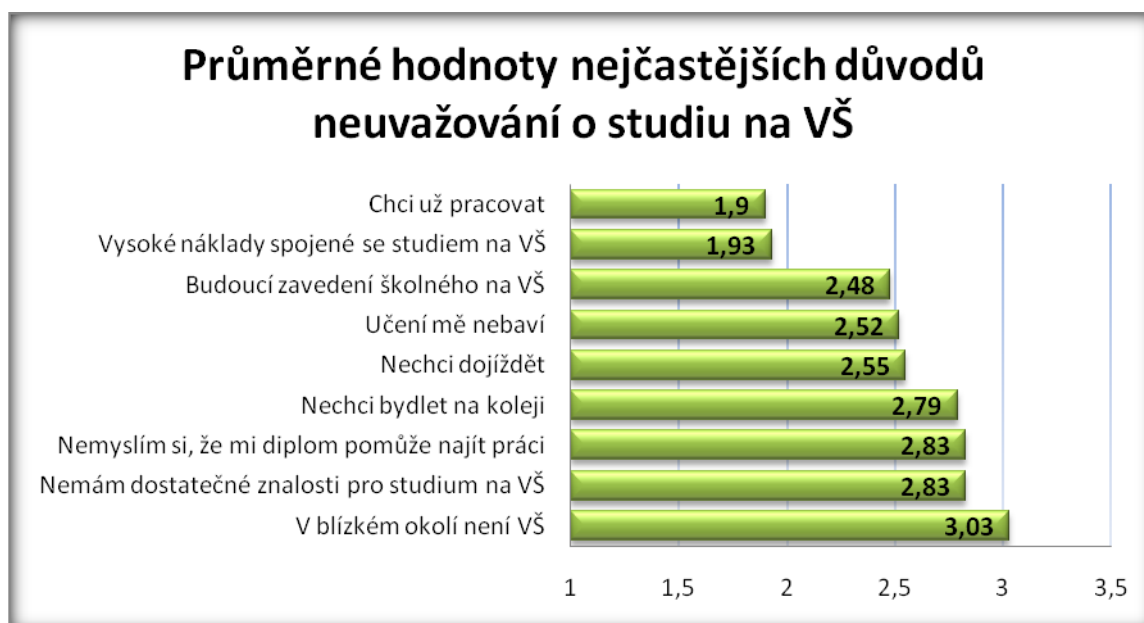
Vzdělanější rodiny již znají chod na VŠ, proto studenti z těchto rodin více souhlasí, že studium prodlužuje mládí a taktéž si to jejich rodiče více přejí. Naopak studenti z rodiny bez VŠ vzdělání jsou přesvědčeni, že po skončení studií budou mít lepší uplatnění.

Pokud jsou kladnější postoje ke studiu na VŠ vyšší, pak se student rozhoduje jít dále studovat a ubírá se cestou „Ano“ v obr. 5.9.

Negativní postoje ke studiu na VŠ

Student může mít i negativní postoje ke studiu na VŠ a o studiu tudíž neuvažuje. V kap. 5.1 jsou rozebrány nejčastější důvody neochoty jít na VŠ z hlediska identifikačních znaků. V příloze č. 6 na obr. 14 jsou uvedeny četnosti jednotlivých důvodů, které vedou studenty k rozhodnutí ubírat se jiným směrem než ke studiu na VŠ.

Obr. 5.11 ukazuje průměrné hodnoty hodnocených faktorů studenty, kteří neuvažují o studiu na VŠ. Stejně jako u motivačních faktorů, tak i zde čím je hodnota vyšší, tím respondenti s daným důvodem nesouhlasí. Výsledky T-testu jsou uvedeny v příloze 6, tab. 14.1. Růžové pole v posledních dvou sloupcích tabulky vypovídá o průměrném hodnocení těchto důvodů.



Obr. 5.11 Průměrné hodnoty hodnocených důvodů respondenty, kteří neuvažují o studiu na VŠ.

Jelikož jsem chtěla zjistit, zda jsou nějaké vazby mezi jednotlivými faktory, využila jsem faktorovou analýzu, která dokáže vygenerovat z mnoha faktorů menší počet. V následující tabulce 5.7 jsou výsledky této analýzy. Můžeme vidět, že z 9 důvodů byly

vygenerovány 3 slučující faktory. Tyto faktory jsem si musela sama nadefinovat, tak aby nejlépe vystihovaly sloučené důvody neochoty jít na VŠ studovat.

Zeleně označené pole v tab. 5.7 jsem nazvala „*Podmínky VŠ*“, kde zařazuji hlavně sídlo VŠ. Důvod „*nemyslím si, že mi diplom pomůže najít práci*“ faktorová analýza zařadila taktéž do této kolonky, ale dle mého názoru bych tento důvod zařadila mezi vnitřní podněty studenta. Růžové pole v této tabulce nazvané „*Předpoklady*“ představuje finanční a znalostní možnosti studenta. Poslední modré pole s názvem „*Vnitřní podnět*“ zahrnuje vnitřní pocity studenta.

Rotated Component Matrix ^a			
	Component		
	Podmínky VŠ	Předpoklady	Vnitřní podnět
V blízkém okolí není VŠ	,810		
Nechci dojíždět	,765		
Nechci bydlet na koleji	,653		
Nemyslím si, že mi diplom pomůže najít práci	,603	-,413	
Vysoké náklady spojené se studiem na VŠ		,764	
Nemám dostatečné znalosti pro studium		,747	
Budoucí zavedení školného na VŠ	,348	,687	
Učení mě nebaví			,895
Chci už pracovat			,780
Extraction Method: Principal Component Analysis.			
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.			
a. Rotation converged in 5 iterations.			

Tab. 5.7 Výsledky faktorové analýzy v rámci odpovědí studentů, proč už dále neuvažují o studiu na VŠ.

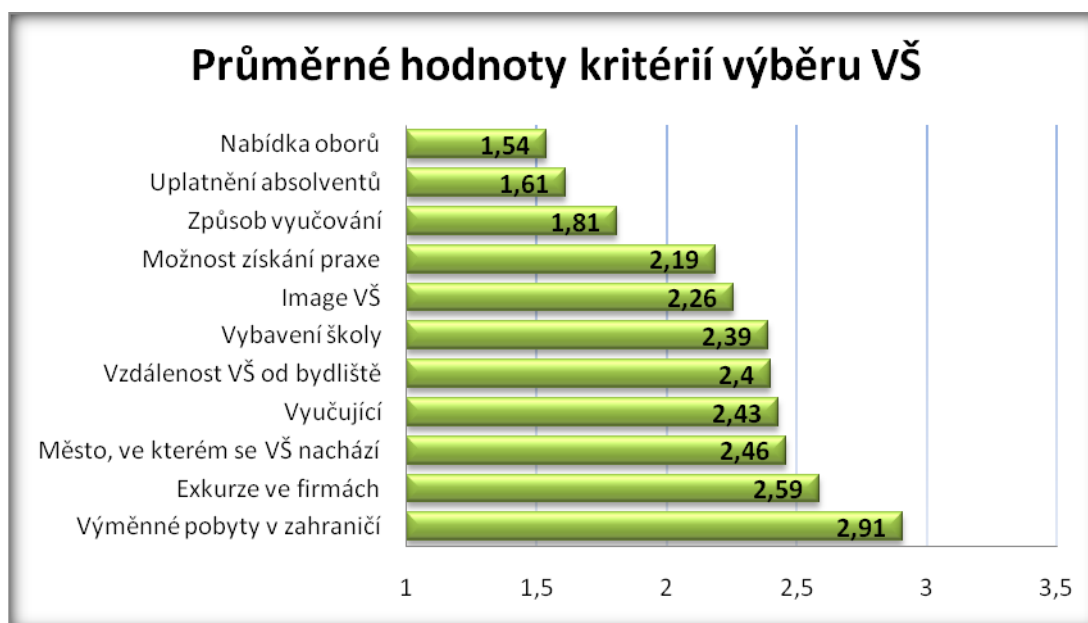
V případě, že jsou negativní postoje ke studiu na VŠ silnější, potom se student ubírá cestou „*Ne*“ v obr. 5.9 a volí tedy jinou alternativu než je vzdělání na VŠ.

5.4.3 Kritéria výběru VŠ

V obr. 5.9 jsme se dostali k rozhodnutí, že student chce jít studovat VŠ, ale přesně neví konkrétní VŠ. Z tohoto důvodu si každý student vybírá podle předem stanových kritérií, které si ověřuje pomocí určitých informačních zdrojů. Na obr. 12 v příl. č. 6 jsou tyto kritéria vyobrazena. Oslovení respondenti považují za nejdůležitější kritéria nabídku oborů VŠ, uplatnění absolventů a způsob vyučování. Toto tvrzení dokazuje i níže uvedený obr. 5.12, který znázorňuje průměrné hodnoty jednotlivých kritérií. Studenti nejčastěji neberou v úvahu kritérium „*Vyučující*“.

Z hlediska pohlaví se vyskytly rozdíly u kritéria týkající se vybavení školy. Muži toto kritérium považují za důležitější než ženy, a to o více než 30 %. Nabídku oborů považují ženy

za důležitější než muži. U obou zmiňovaných kritérií vyšel Chí kvadrát test závislosti. Image VŠ považují muži za méně důležité kritérium při vývěru VŠ než ženy. Ženám více záleží na vzdálenosti školy od jejich bydliště a uplatnění absolventů.



Obr. 5.12 Průměrné hodnoty rozhodovacích kritérií studentů při volbě VŠ.

Vybavení školy považují studenti ze Střední průmyslové školy za důležité kritérium, ale nezáleží jim na městě, ve kterém se škola nachází. Výměnné pobyty v zahraničí považují za důležitý faktor studenti ze Střední školy a Gymnázia. Exkurzi ve firmách považují za důležitý faktor studenti Střední školy, naopak studenti z Gymnázia jej považují za nejméně důležitý. Image VŠ je důležitá pro studenty z Gymnázia, nedůležitá je pro ně vzdálenost školy od jejich bydliště. Příjem domácnosti a vysokoškolské vzdělání v rodině neprokázalo zásadní rozdíly.

V tab. 5.8 jsem sloučila, pomocí faktorovy analýzy, kritéria, u kterých předpokládám, že mají mezi sebou určité vazby. V zeleném poli jsou uvedena tři kritéria, jež jsem sloučila pod názvem „*Služby VŠ*“. Pod tímto názvem si lze představit nadstandardní poskytované služby VŠ svým studentům, které mohou využít a nemusí. Růžové pole, s názvem „*Dostupnost*“, zahrnuje kritéria související se sídlem školy a nabídkou oborů. Nabídku oborů bych zařadila zcela samostatně, jelikož do žádné jiné nově vytvořené kategorie zcela nezapadá. Modré pole zahrnuje kritéria „*Výuky*“. Poslední oranžové pole představuje „*Prestiž VŠ*“, jedná se o jakousi prezentaci VŠ vůči široké veřejnosti a potencionálním studentům.

Rotated Component Matrix ^a				
	Component			
	Služby VŠ	Dostupnost	Výuka	Prestiž VŠ
Výměnné pobyty v zahraničí	,806			
Zahraniční či tuzemské exkurze	,796			
Možnost získání praxe	,792			
Vzdálenost VŠ od bydliště		,808		
Město, ve kterém se VŠ nachází		,735		
Nabídka oborů		,601	,370	
Způsob vyučování			,828	
Vyučující			,777	
Image VŠ				,781
Uplatnění absolventů			,318	,649
Vybavení školy		-,349		,616
Extraction Method: Principal Component Analysis.				
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.				
a. Rotation converged in 5 iterations.				

Tab. 5.8 Výsledky faktorové analýzy týkající se kritérií výběru VŠ.

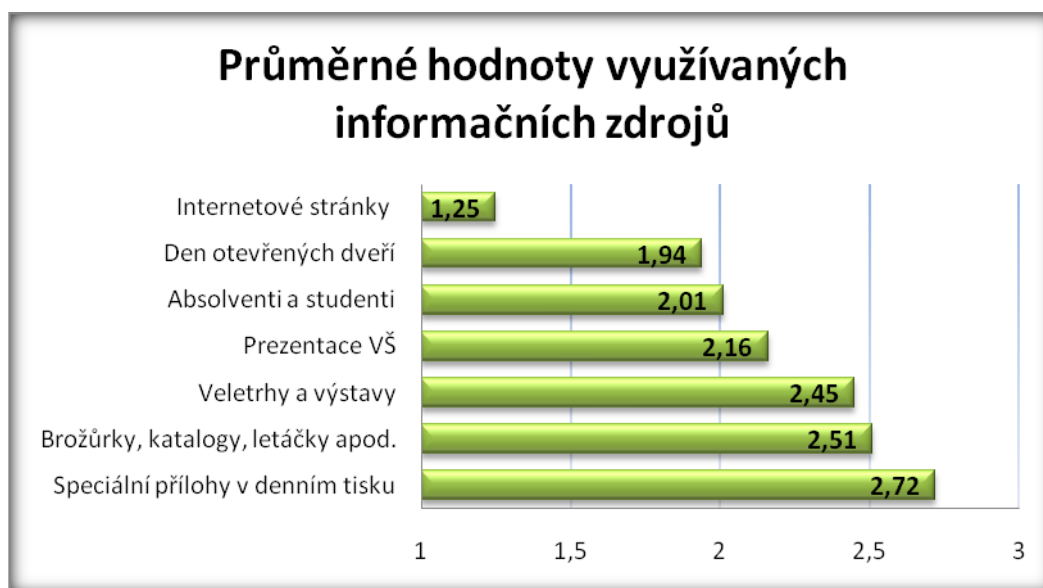
Informační zdroje

Zda konkrétní VŠ splňuje studentem stanovené kritéria, musí si student informace zjistit pomocí nějakých informačních zdrojů. Nejčastěji používaným informačním zdrojem jsou internetové stránky jednotlivých VŠ (viz obr. 5.13). Nejméně studenti využívají k získání informací veletrhy a výstavy, speciální přílohy o školství v denním tisku považují za nejméně důležitý zdroj. Dva studenti z Gymnázia uvedli v možnosti „jiný informační zdroj“ učitelské noviny.

Ženy upřednostňují informační zdroje v tištěné podobě (speciální přílohy v denním tisku a katalogy, letáky o VŠ) a dávají přednost také osobnímu kontaktu v rámci prezentací VŠ na SŠ. U ostatních uvedených informačních zdrojů jsou výsledky, z hlediska pohlaví, rovnoměrné.

Studenti z Gymnázia nedávají přednost osobnímu kontaktu s někým, kdo jim potřebné informace může sdělit (den otevřených dveří, prezentace VŠ prostřednictvím pedagoga). Studenti ze Střední průmyslové školy považují informace v tištěné podobě za nejméně důležitý zdroj informací, raději dávají přednost osobnímu kontaktu na veletrzích a výstavách škol.

Studenti z rodin bez VŠ vzdělání dávají přednost informačním zdrojům v tištěné podobě. V rodinách s VŠ vzděláním se častěji využívá ten přímý styk s vysokoškolským studentem, popř. s absolventem.



Obr. 5.13 Průměrné hodnoty jednotlivých informačních zdrojů využívané respondenty k získání informací o VŠ.

V případě, že student zjistí všechny požadované informace, které vyžaduje pro své rozhodnutí, vybírá si konkrétní školu, popř. školy, na které si podá přihlášku(ky).

5.5 Vyhodnocení hypotéz

Na základě výsledků výzkumu je hodnocení hypotéz následující:

Hypotéza č. 1: Druh střední školy nemá vliv na studium vysoké školy.

- Gymnázium, Střední průmyslová škola a Obchodní akademie žádné významné výsledky neprokázaly. U Střední školy se však ukázalo, že 35 % studentů o studiu na VŠ neuvažuje, což je oproti ost. typům SŠ významné číslo. Potvrzují to výsledky z kap. 5.1, str. 36.
- Z tohoto důvodu musím tuto hypotézu zamítnout.

Hypotéza č. 2: Image VŠ nepatří mezi první 3 nejdůležitější kritéria při výběru vysoké školy.

- Image VŠ není považována za velmi významné kritérium při rozhodování o výběru VŠ, ale ze stanovených 11 výběrových kritérií se image VŠ umístila v hodnocení na 5. místě (61 % oslovených studentů uvedlo, že dané kritérium považuje za zcela nebo spíše důležité). Potvrzují to výsledky z obr. 5.12 (kap. 5.4.3, str. 50).

- Z oslovených studentů jen 9 toto kritérium nebere v úvahu při svém rozhodování, což znamená, že v porovnání s jinými kritérii byla image VŠ hodnocena více. Potvrzují to výsledky z tab. 12-1(2) v příloze č. 6.
- Díky těmto argumentům výše zmiňovanou hypotézu přijímám.

Hypotéza č. 3: Příjem domácnosti respondenta nemá vliv na výši školného, které je respondent ochoten platit.

- Hypotéza se nepotvrdila. S rostoucími příjmy je ochota platit vyšší školné větší než tomu je u rodin s nižšími příjmy. Potvrzují to výsledky z tab. 5.5 (kap. 5.3.1, str. 43). Závislost dokazují výsledky Chí kvadrátu testu, které vyšly u pěti kombinací velikosti školného a příjmem domácnosti.

Hypotéza č. 4: Vysokoškolské vzdělání v rodině studenta nemá vliv při rozhodování o studiu na vysoké škole.

- Hypotéza se nepotvrdila, vysokoškolské vzdělání v rodině má vliv při rozhodování o studiu na VŠ. 90 % studentů z rodin s vysokoškolským vzděláním uvažuje o studiu na VŠ. Potvrzují to výsledky v kap. 5.1 na str. 36.

Hypotéza č. 5: Alespoň 80 % oslovených studentů používá internetové stránky jako hlavní zdroj informací o vysokých školách.

- Hypotéza se potvrdila. Z dotazovaných studentů 100 % uvedlo, že internetové stránky využívají. 78 % je považuje za zcela důležitý a 19 % za spíše důležitý informační zdroj. Potvrzují to výsledky z obr. 5.13 (kap. 5.4.3, podnadpis „*Informační zdroje*“, str. 52).

6 Návrhy a doporučení

Cílem výzkumu bylo zjistit motivy potencionálních studentů k vysokoškolskému studiu. Výzkum byl realizován na omezeném vzorku respondentů (přesné vymezení vzorku je uvedeno v kap. 4.1.4 „*Vzorek respondentů*“). Omezení bylo převážně z geografického hlediska. Jednalo se o nereprezentativní vzorek respondentů a proto se výsledky výzkumu nedají zobecňovat.

Na základě analýzy, která je rozpracována v předcházející kapitole, jsem došla k následujícím návrhům. Tyto návrhy a doporučení jsou formulována v obecné rovině, jelikož jsem se nezaměřovala na konkrétní VŠ a nějaký konkrétní výzkumný problém. Využití těchto návrhů se bude lišit v závislosti na typu VŠ, její velikosti, zaměření, apod.

Hlavní cílovou skupinou VŠ jsou studenti SŠ, na ně byl taktéž realizován výzkum. V menší míře jsou tito studenti ovlivňováni svými rodiči (což z výzkumu částečně vyplynulo), kteří jim radí při rozhodování o studiu na VŠ. Proto lze i tuto skupinu využít při propagaci VŠ, ale záleží na mnoha faktorech, které jsem ve svém výzkumu neřešila a ani jsem nezjišťovala názory těchto rodičů, proto se touto problematikou v následujících doporučeních zaměřuji výhradně na studenty SŠ.

6.1 Produkt

Produktem VŠ jsou služby, které VŠ nabízí. Převážně tyto vzdělávací služby můžeme rozdělit dle formy studia, na prezenční a kombinovanou. O studiu na VŠ uvažuje většina oslovených studentů. Nejmenší zájem o studium měli studenti ze Střední školy v Bohumíně (jedná se o odbornou střední školu). Tito studenti uváděli, že studium na VŠ je spojeno s vysokými náklady a druhým nejčastějším uváděným důvodem bylo to, že již chtějí pracovat. V případě těchto dvou důvodů bych navrhovala VŠ, aby se zaměřily na lepší prezentaci dálkového neboli kombinovaného studia pro tyto studenty. Dálkové studium umožňuje těmto studentům pracovat a do školy dojíždět jen jednou dvakrát do měsíce (záleží na rozvrhu jednotlivých škol a studijním oboru), a to většinou v odpoledních hodinách v pátek, popř. v dopoledních hodinách v sobotu. Při této formě studia to neohrozí samotný průběh pracovního poměru, ale ne každé zaměstnání má pracovní dobu stejnou, proto škola umožňuje i individuální přístup k pracujícím studentům a po domluvě s pedagogem je neúčast omluvena (neúčast student nahrazuje předem stanoveným individuálním úkolem).

Student může studovat dálkově, tím pádem mu klasické náklady spojené se studiem odpadají. Mezi klasické náklady zařazují např. ubytování, cestování do školy apod. Tento student po absolvování střední školy, s věkem do 26 let má ještě tu výhodu, že nemusí platit školné při kombinované formě studia. Tudiž náklady spojené se studiem jsou stále menší, než kdyby se rozhodl studovat po dovršení této věkové hranice. Je zde ale podmínka, že na žádné VŠ ještě nestudoval. Předpokládám, že se VŠ zaměřují v rámci svých marketingových aktivit převážně na studenty SŠ ve věku 19 – 25 let, tím pádem by mohly oslovit i ty studenty, kteří nechtějí studovat denní formu studia a přiblížit jim problematiku dálkového studia.

6.2 Marketingová komunikace

6.2.1 Nástroje marketingové komunikace

Z mého výzkumu vyplynulo, že VŠ by měly komunikovat se svými potenciálními studenty prostřednictvím těchto informačních kanálů:

Internetové stránky VŠ

Vysoké školy se převážně zabývají získáváním nových studentů pro denní studium. Proto bych doporučila, aby se VŠ zaměřily na své internetové stránky, kde by potenciální studenti měli nalézt všechny potřebné informace. Internetové stránky by měly být přehledné a student by se v nich měl snadno orientovat. Doporučila bych samostatnou sekci pro uchazeče, která na internetových stránkách většinou již je, ale buď jsou nepřehledné, nebo zde nějaké informace chybí. Na takových stránkách by neměly, dle mého názoru, chybět ty informace, které studenty nejvíce zajímají. Studenty zajímá nabídka oborů VŠ, uplatnění absolventů a způsob vyučování (tyto 3 kritéria byla nejlépe ohodnocena oslovenými studenty).

Internetové stránky by obsahovaly cca. 13 sekcí (od nabídky oborů, přes informace o dni otevřených dveří, až po kontakty na referentky VŠ). Dle mého názoru by se studenti měli snadno orientovat a pod těmito názvy jednotlivých sekcí si vybavit, co v nich naleznou. Ale aby se hledání ještě více usnadnilo a urychlilo, mohu doporučit ještě tzv. napovídací bubliny. Při najetí myši na jednotlivé názvy sekcí by se zobrazila bublina, která by krátce charakterizovala, co v daném bloku najde.

Za druhou velkou chybou internetových stránek je zastaralá aktualizace. Ta by se měla provádět minimálně jednou týdně, aby potenciální student nebyl lákán na informace, které již nejsou pravdivé.

Den otevřených dveří

Dále uchazeče o studium zajímá den otevřených dveří. V tento den by se uchazeč měl dozvědět informace, které se jiným informačním kanálem nedozví. Škola by neměla podceňovat přípravu tohoto dne, převážně v jeho propagaci na středních školách. Škola by měla informovat s předstihem studenty o tomto dni, hlavně kdy se bude konat, kde, co se na něm uchazeč dozví. Podrobněji viz kap. „*Informace o dni otevřených dveří*“ (součástí kap. 6.2.2).

Tištěná média

Studenti nejčastěji uváděli, že za nejdůležitější využívaný informační zdroj považují internetové stránky jednotlivých VŠ a brožurky, katalogy a další tištěná media byla hodnocena velmi průměrně. Ve srovnání s ostatními zdroji skončila tištěná média na posledním místě. I když jsou výsledky výzkumu nelichotivé pro propagaci VŠ formou tištěných médií, přesto bych měla pár doporučení.

Ženy v mém výzkumu upřednostňují tištěná media více než muži, a proto si myslím, že by neměla VŠ tento zdroj zavrhnout. Mohl by to být jakýsi první impuls pro studenty SŠ, že mají již uvažovat o tom zda jít na VŠ studovat, kterou by si měli vybrat a kde získat další informace.

Asi ne každá univerzita vydává vysokoškolský časopis či jinou publikaci určenou, jak studentům, tak pedagogům. Přesto si myslím, že není na škodu vydat alespoň jeden speciální časopis, který by obsahoval základní informace pro středoškoláka. Takto vytvořený časopis bych doporučila vydat a rozeslat (pro snížení nákladu alespoň jeden výtisk do každé maturitní třídy) na jednotlivé SŠ. VŠ nebudou posílat časopisy na každou SŠ, ale může školy filtrovat dle zaměření nebo studentů, kteří se v předcházejících letech hlásili z dané SŠ. Obsah časopisu, způsob vydávání, náklady s tímto médiem spojené a další informace jsou rozebrány podrobněji v kap. „*Speciální číslo VŠ časopisu*“ (součástí kap. 6.2.2).

Veletrhy a výstavy

Tento informační zdroj byl ohodnocen jako nejméně využívaný zdroj informací. Jelikož jsem se ptala studentů na SŠ z okresu Karviná, nejbližší veletrh o VŠ, jež mohou navštívit je „*učeň, středoškolák, vysokoškolák*“, který se každoročně pořádá na začátku prosince na Ostravském výstavišti Černá louka. Letošní ročník se uskuteční 2. - 3.12.2011.

[40]

Celkově neshledávám výstavy a veletrhy VŠ za nepoužitelný zdroj informací, jen v tomto kraji je málo využívány, protože samotné VŠ této propagaci nedávají moc přednost. Věřím tomu, že v jiných krajích a větších městech jsou VaV vysokými školami více využívány a potencionálními studenty vyhledávány.

6.2.2 Sdělení

V této kapitole jsou rozebrány informace, jež by neměly chybět ve výše uvedených nástrojích marketingové komunikace. Ne všechny následující informace se dají komunikovat prostřednictvím všech uvedených kanálů, proto u každého sdělení na začátku textu uvedu, pro které nástroje je toto sdělení vhodné. Informace o nabídce oborů (prezentaci absolventů), o studiu na VŠ, způsobu vyučování, dni otevřených dveří a přijímacím řízení považuji za nejdůležitější při rozhodování studenta o studiu na konkrétní VŠ.

Nabídka oborů

Tyto informace se dají komunikovat prostřednictvím všech nástrojů MK.

Nabídka oborů je důležitý prvek, který by neměl chybět v žádném komunikačním kanálu (alespoň stručně by tato nabídka měla být popsána). Většinou se komunikuje prostřednictvím internetových stránek, kde nechybí, ale hodně se podceňuje, což může v konečném důsledku způsobit menší počet studentů na školách, popř. na určitých oborech. Hlavní problém vidím v nízké prezentaci atraktivnosti oboru či samotné VŠ. Proto bych doporučila, aby v sekci „*Nabídka oborů*“ kromě samotné písemné charakteristiky, na internetových stránkách školy u konkrétního oboru, byla krátká prezentace o absolventech daného oboru z konkrétní VŠ.

Prezentace o absolventech

Prezentaci o absolventech považuji za doplňující informační zdroj k internetovým stránkám. Taktéž by se dala využít na dni otevřených dveří a VaV, v případě použití počítačové projekční techniky.

Tato prezentace může být vytvořena jako video, fotoprezentace nebo propojení obou možností, sladění videa s fotografiemi. Prezentace by měla obsahovat známé i neznámé absolventy. Volila bych různý mix bývalých studentů, kteří byli na škole rozdílní nejen ve svých aktivitách, ale i v prospěchu. Na začátku prezentace by se objevila společná fotka vybraných studentů ještě z dob studií (pokud by byla k dispozici) nebo jednotlivé fotky studentů.

Samotný průběh prezentace by probíhal krátkým představením studenta, něco z jeho studentského života (jakýsi standard) a současnost, kde pracuje, jak dlouho, na jaké pozici, co vlastně dělá a závěrem doporučení těch absolventů pro potencionální studenty. Prezentace by neměla trvat déle než 15 – 20 minut. Myslím si, že prezentace s 5 absolventy by byla dostačující.

Takováto prezentace by nemusela být u každého oboru, jelikož ne každý chce spolupracovat na takto veřejném dokumentu, který by byl dostupný široké veřejnosti (převážně prostřednictvím internetových stránek školy) nebo nemůže všechny potřebné informace škole sdělit (např. z pracovních důvodů). U prezentace celé školy či fakulty je tento projekt reálnější, obory by se v prezentaci střídaly, ale aby nebyla příliš dlouhá musela by být značně omezená v poskytnutých informacích, i pestrostí zaměstnanosti absolventů v rámci jednoho oboru.

V případě, že by chtěla VŠ vytvořit jednotnou podrobnou prezentaci, která by zahrnovala více absolventů z jednoho oboru, za celou školu nebo fakultu (v případě, že se samotná VŠ člení na fakulty), pak by samotná prezentace trvala déle než hodinu. Což by způsobilo, že to studenta odradí se vůbec na prezentaci podívat, nejen délkou videa, ale i samotný fakt, že ho vše nezajímá. V takovém případě bych doporučila rozčlenění prezentace do bloků dle jednotlivých oborů a student si sám vybere, které obory chce shlédnout.

Dobře vytvořená prezentace může pomoci i již vysokoškolskému studentovi, jež se v prvním ročníku rozhoduje, pro který obor se má rozhodnout (v závislosti na VŠ).

Studium na VŠ

Informace o studiu a samotné VŠ se dají prezentovat prostřednictvím všech (výše uvedených) nástrojů.

Informace o samotném studiu na škole, tzn. vybavení učeben (u technických VŠ toto kritérium doporučuji převážně kvůli mužům, jelikož ho považují za důležitější než ženy), hodnocení studentů (známkování, kreditový systém), vyučované předměty, dělení předmětů, způsob vyučování, možnosti stravování, informace o kolejích a další potřebné informace, které student může využít i při samotném studiu. Tato další sekce s názvem „*studium na VŠ*“ by měla stručně popisovat, jak jednotlivé prvky na škole fungují, např. výhody a nevýhody ISIC karty, proč je nutný studentský průkaz, k čemu ho potřebuje, informace o studovně a knihovně, co je menza a co nabízí atd. Nemyslím si, že by tyto informace byly na stránkách VŠ zbytečné, naopak by některé studenty, kteří vůbec netuší jak to na VŠ chodí, připravila na

ty první chaotické dny na škole. Co bych, ale nedoporučila u tohoto sdělení, které by poskytovalo informace o studiu, jsou odkazy na jednotlivé stránky knihovny, menzy, kolejí apod. Dle mého názoru jsou to nepodstatné informace pro potenciálního studenta, jež se teprve rozhoduje, zda na danou VŠ vůbec chce jít studovat. Pokud by VŠ na těchto odkazech trvala, zařadila bych je do zvláštní sekce s názvem „*Důležité odkazy*“.

Způsob vyučování

Dá se prezentovat všemi kanály.

„*Způsob vyučování*“ by mohla být další samostatná sekce, jelikož bylo toto kritérium hodnoceno jako 3. nejdůležitější kritérium při rozhodování o studiu na VŠ. Dle mého názoru praxe na školu patří a do výuky vnáší větší zájem studentů i o samotnou teorii, když vidí vazby mezi těmito sférami teorie a praxe. Potencionální studenty nezajímá až tak konkrétní program přednášek, ale spíše je může zaujmout přednášející osoba. Doporučuji tedy do této sekce vypsát osoby, které přednáší na škole v pravidelných intervalech (jednou za rok, jednou za semestr) pokud je to možné. V případě, že to možné není vypsát alespoň jména externistů, kteří na škole přednášeli, a je tu možnost jejich opětovné spolupráce.

Informace o dni otevřených dveří

Tyto informace jsou umístěné převážně na internetových stránkách školy a dále prostřednictvím tištěných médií. V případě, že VaV jsou před tímto dnem, tak taktéž díky tomuto kanálu. Na samotném dni otevřených dveří se dá komunikovat tento den jen v případě, že v daném školním roce se uskuteční tato akce dvakrát.

Doporučila bych, aby VŠ vytvořily letáček, který by zaslaly jednotlivým SŠ. V rámci úspor financí, by mohly využít školy internetu a zaslat letáky na e-mailové adresy středních škol. Na mnohých SŠ se již využívá ke komunikaci internet a e-mail. Každý student i pedagog má svou školní e-mailovou adresu, proto rozesílání letáku VŠ jednotlivým studentům i pedagogům je snadnější. Toto rozeslání by však provedl už zaměstnanec příslušné SŠ, který by od VŠ leták obdržel.

Leták o dni otevřených dveří by měl obsahovat tyto informace:

- *na které vysoké škole se den otevřených dveří pořádá, popř. uvést konkrétní fakulty VŠ* (Pokud je VŠ rozsáhlá svými fakultami, nedoporučila bych udělat den otevřených dveří na všech fakultách najednou v jeden den, nerozhodný student by za jeden den nemusel vše stihnout a poté se může rozhodnout pro jinou VŠ.),

- *kdy se tento den pořádá a v kolik hodin začíná* (Přiklání bych se raději na víkendové dny než všední dny, jelikož o víkendu na škole není tolik studentů a uchazeči si mohou v klidu vše prohlédnout, nejlépe se studenty dobrovolníky, kteří by uchazeče po škole provedli a zároveň mohou zodpovědět případné dotazy. Den otevřených dveří by měl začínat v dopoledních hodinách okolo 8 – 9 hodiny.),
- *program dne otevřených dveří* by se měl skládat s přesně vymezených časů, jak bude den probíhat. Program jednotlivých VŠ se může lišit, v závislosti na typu školy, zaměření, apod.,
- *kontakty na případné dotazy, adresa školy.*

Den otevřených dveří bych doporučila provést koncem listopadu a následně ještě koncem ledna nebo března v závislosti na dni, do kterého musí studenti zaslat přihlášky na VŠ.

Informace o přijímacích zkouškách

Přijímací řízení je už konečný prvek rozhodovacího procesu uchazeče o studium, proto by tyto informace měly být k dispozici u každého nástroje MK.

Informace o přijímacím řízení na VŠ by na internetových stránkách školy mohly být umístěny pod názvem „*Přijímací řízení*“. Kde uchazeč najde podmínky přijetí a nepřijetí na VŠ, do kterého data musí být přihlášky o studium na VŠ zaslány, kdy se budou přijímací zkoušky konat, z jakých předmětů se bude zkouška skládat, co může uchazeč u zkoušky používat, co je zakázáno, jak dlouho bude zkouška trvat, informace o výsledcích zkoušky a o přijetí či nepřijetí. Do této sekce bych zařadila informace o možnosti přípravných kurzů na přijímačky vč. jejich cen a způsobu placení. Existuje možnost, že se uchazeč na školu nedostane, v tomto případě bych k těmto informacím přidala, jaké má další možnosti (informace o odvolání, další možnosti studia, pomaturitní studium cizích jazyků, další termíny přijímacích zkoušek atd.).

Doplňkové informace

Převážně se jedná o informace, které bych komunikovala výhradně prostřednictvím internetových stránek.

Mezi ty méně důležité informace, a však možná zajímavější pro uchazeče o studium, bych zařadila tzv. podpůrné informace, jež přímo nerozhodují o studiu na VŠ. Zde bych zařadila následující sekce:

Student studentovi

Tato sekce na internetových stránkách by měla nabídnout uchazeči rady, tipy od jednotlivých studentů dané VŠ. Např. jak se připravovali na přijímací zkoušky, na co se v prvních týdnech na škole zaměřit, jak zvládnout 1. zkouškové období apod.

Získání těchto informací může škola provést např. pomocí dotazníkového šetření.

Výzkum

Ne každého výzkumy zajímají, ale některé grafy mohou upoutat pozornost potencionálních studentů už na první pohled. Převážně se může jednat o grafy charakterizující vývoj v počtu absolvovalých studentů jednotlivých oborů, počty hlásících se studentů na školu a přijatých studentů, apod.

Zajímavé události

Zajímavými událostmi se rozumí konané akce s pravidelnými časovými intervaly. Např. Sportovní den, Majáles, atd. Studenta může zaujmout informace o akcích, které jsou pořádány jen na některé VŠ. Individuální akce, jež žádná jiná VŠ nepořádá. Samotný název a popis akce, ale nemusí studentovi nic říct, proto bych doporučila přidat i pár fotografií.

Dodatečné informace

Dodatečné informace by zahrnovali důležité kontakty na studijní referentky, které by mohly vyřídit dotazy potencionálních studentů, popř. bych zde zařadila ještě nějaké důležité odkazy, jež by mohl student svým způsobem využít. Kontakty na referentky a ostatní osoby, které mohou uchazečům pomoci, bych uvedla u každého nástroje MK.

Poplatky a školné

Zařazení převážně na internetové stránky. Po zavedení školného i do ostatních komunikačních nástrojů.

Jelikož školné ještě na veřejných VŠ není zavedeno, zařazuji tuto problematiku na konec internetových stránek (u soukromých VŠ je samozřejmě umístit tyto informace hned do sekce „*Nabídka oborů*“). U veřejných VŠ (než bude školné zavedeno) by tato kolonka zahrnovala jen souhrn možných poplatků, které by musel student zaplatit např. při ztrátě studijního indexu, překročení délky studia apod.

Jak už by bylo školné na veřejných VŠ zavedeno vytvořila bych zvláštní sekci „Školné“ a umístila bych jej hned u „Nabídky oborů“. Pak by tato sekce obsahoval nejen ceny jednotlivých oborů, ale také způsob placení, o jaké školné se jedná atd. I když ještě školné není zavedeno, přesto bych podobný blok s touto tematikou na internetové stránky pro uchazeče zavedla, aby si uvědomili co to školné je, proč se platí, kam peníze poputují, jaké to má výhody pro studenty, zda je školné na všech školách stejné, typy školného, způsoby placení, možnosti půjček atd. Na konci této sekce bych uvedla informace o předpokládaném datu zavedení školného (aktuální informace).

Další možnosti pro studenty VŠ

Jedná se o dodatkové služby, které škola poskytuje, proto doporučuji komunikovat na internetových stránkách, dni otevřených dveří a VaV.

VŠ by mohly lákat potencionální studenty také na dodatečné možnosti, které může student během svého studia využít. Mezi takové služby můžeme zařadit např. studijní pobyty v zahraničí (i když byly hodnoceny studenty za nejméně důležité kritérium při rozhodování), spolupráce ve studentské organizaci AISEC, atd.

Speciální číslo VŠ časopisu

Následující informace se týkají čistě tištěného média. Jelikož považuji tento informační zdroj za první, který bude o dalších informovat, není určen pro jiné nástroje MK uvedené v kap. 6.2.1.

Obsah časopisu

Časopis by měl obsahovat stručné informace potřebné pro SŠ studenta při rozhodování, zda má jít na VŠ studovat nebo ne. Za základní informace považuji:

- krátký odstaveček (úvodní slovo) vedoucího pracovníka dané VŠ (např. děkan, proděkan atd.), vedle tohoto odstavce bych uvedla obsah časopisu,
- stručný popis školy (počet fakulty, zaměření, pro koho jsou určeny apod.),
- nabídka oborů (stručný popis),
- informace o přijímacím řízení,
- informace o dni otevřených dveří,
- slovo absolventa (článek s bývalým absolventem dané VŠ),
- kontakty, odkazy na internetové stránky školy.

Časopis by měl odpovídat svým stručným obsahem internetovým stránkám školy. Nedoplňuje informace na internetových stránkách, ale naopak (internetové stránky doplňují časopis). A pro studenta by měl být prvním impulsem si na tyto internetové stránky zajít.

Zaslání časopisu SŠ

VŠ by na časopisu měla pracovat v předcházejícím školním roce před rokem vydání. O vydání časopisu by pak škola upozornila vedení SŠ e-mailem, kde by informovala stručně o obsahu, pro koho je určen, o ceně časopisu a o dni, kdy by jim byl časopis doručen. V e-mailu by byly školy taktéž vyzvány k reakci do určitého data na tento e-mail odpovědět, a to formou, zda vůbec mají o časopis zájem a kolik kusů by si přáli zaslat. Aby byla škola vůbec ochotná si časopis objednat doporučila bych např. při nákupu 10 ks časopisu dárek pro školu.

Časopis by vycházel jednou ročně, vždy koncem září, aby na SŠ byl nejpozději do poloviny října. V závislosti na reakcích SŠ a samozřejmě studentů by se pak VŠ rozhodla, zda bude ve vydávání časopisu pokračovat v pravidelných intervalech co rok nebo frekvenci ještě omezí.

Náklady časopisu

Po výběru konkrétních SŠ, jejich oslovení a zpětné reakci se stanoví konečný počet výtisků. Cenu časopisu bych stanovila do 50,- Kč/ks (ideální by byla cena okolo 30,- Kč), ale je to v závislosti na cenách tisku, vazby. Cena by měla zahrnovat taktéž pracovníky, kteří by na časopisu pracovali a byli by za něj zodpovědní od samotného návrhu až po zaslání časopisů školám.

7 Závěr

Tématem mé diplomové práce byla analýza motivace potenciálních studentů k vysokoškolskému studiu. Cílem diplomové práce bylo zjistit motivy potencionálních studentů k vysokoškolskému studiu. Pro naplnění cíle práce jsem realizovala marketingový výzkum metodou dotazování, z kterého vyšlo 247 dotazníků použitelných pro analýzu dat. Z názvu práce vyplývá, že ve svém výzkumu jsem se zaměřila na studenty středních škol maturitních ročníků. Samotné dotazování proběhlo na čtyřech vybraných středních školách v okrese Karviná, podle předem stanovených kritérií.

Výsledky výzkumu ukázaly, že respondenti jdou studovat na vysokou školu nejčastěji z důvodu lepšího pracovní uplatnění po skončení studií a zvýšení kvalifikace. Studenti považují za nejdůležitější informační zdroj internetové stránky jednotlivých VŠ. Dle výzkumu se studenti nejčastěji rozhodují o studiu na VŠ dle nabídky oborů, uplatnění absolventů a způsobu vyučování. Studenti se většinou nenechávají ovlivňovat jinou osobou při rozhodování o studiu na VŠ. Vysoké náklady na studia se staly jedním ze dvou hlavních důvodů neochoty dále studovat po skončení SŠ. Dodatečné téma mého výzkumu se týkalo budoucího zavedení školného, kde studenti nejčastěji uváděli, že se zavedením školného nesouhlasí, a to z důvodů, že na studia nebudou mít peníze. 48 % respondentů je ochotno zaplatit 10 000,- Kč/rok. Že by budoucí školné ohrozilo jejich studium na VŠ, se studenti spíše neobávají.

Na základě zjištěných informací jsem sestavila obecné návrhy a doporučení pro vysoké školy, které by mohly využít ke komunikaci s potencionálními studenty.

Seznam použité literatury

Knihy:

- [1] BÁRTOVÁ, H.; BÁRTA, V.; KOUDELKA, J. *Spotřebitel: chování spotřebitele a jeho výzkum*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2007. 254 s. ISBN 978-80-245-1275-4.
- [2] BURNETT, K. *Klíčoví zákazníci a péče o ně*. Překlad: Eva Nevrlá. 1. vyd. Praha: Computer Press, 2002. 382 s. ISBN 80-7226-655-1.
- [3] DE PELSMACKER, P.; GEUENS, M.; VAN DEN BERGH, J. *Marketingová komunikace*. Přel. V. Šafaříková. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. 581 s. ISBN 80-247-0254-1.
- [4] CHVÁTALOVÁ, A.; KOHOUTEK, J.; ŠEBKOVÁ, H. (eds.). *Zajišťování kvality v českém vysokém školství*. 1. vyd. Plzeň: Aleš Čeněk, 2008. 200 s. ISBN 978-80-7380-154-0.
- [5] KANUK, L.; SCHIFFMAN, L. *Nákupní chování*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2004. 633 s. ISBN 80-251-0094-4.
- [6] KASSIN, S. *Psychologie*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1716-3. 771 s.
- [7] KOTLER, P.; WONG, V.; SAUNDERS, J.; ARMSTRONG, G. *Moderní marketing*. 4. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.
- [8] KOTLER, P.; KELLER, K. L. *Marketing management*. Překlad: Štěpánka Černá, BBA; Viktor Faktor; Ing. Tomáš Juppá. 12. vyd. Praha: Grada 2007. 792 s. ISBN 978-80-247-1359-5.
- [9] KOZEL, R. a kolektiv. *Moderní marketingový výzkum*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. 280 s. ISBN 80-247-0966-X.
- [10] MATĚJŮ, P.; STRAKOVÁ, J. et al. *(Ne)rovné šance na vzdělání. Vzdělanostní nerovnosti v České republice*. 1. vyd. Praha: Academia, 2006. 411 s. ISBN 80-200-1400-4.
- [11] MUILS, D. *Doing Quantitative Research in Education with SPSS*. 1th edition. London: Sage Publications, 2004. 228 s. ISBN 0-7619-4382-X.

[12] PETRUŠKOVÁ, L. *Identifikace postojů zákazníků k výrobku na trhu čistících prostředků*: bakalářská práce. Ostrava: VŠB-Technická univerzita Ostrava, Fakulta ekonomická, 2009. 59 s., 6 příl.

[13] PRUDKÝ, L.; PABIAN, P.; ŠIMA, K. *České vysoké školství. Na cestě od elitního k univerzálnímu vzdělávání 1989 - 2009*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010. 168 s. ISBN 978-80-247-3009-7.

[14] SVĚTLÍK, J. *Marketingové řízení školy*. 1. vyd. Praha: ASPI Publishing, 2006. 300 s. ISBN 80-7357-176-5.

[15] ŠEBKOVÁ, H. *Tertiary Education in the Czech Republic. Country Background Report for OECD Thematic Review of Tertiary Education*. 1th edition. Praha: Centre For Higher Education Studies, 2006. 159 s. ISBN 80-86302-37-7.

[16] VYSEKALOVÁ, J. *Psychologie spotřebitele: Jak zákazníci nakupují*. 1. vyd. Praha: Grada, 2004. 284 s. ISBN 80-247-0393-9.

[17] *Školství - texty zákonů /152/*. C. H. Beck, 2010. 425 s. ISBN 978-80-7400-209-0.

Časopisy:

[18] KOUCKÝ, J. *Kolik máme vysokoškoláků? Expanze terciárního vzdělávání v ČR ve vývojovém a srovnávacím pohledu*. Aula. Časopis pro vysokoškolskou a vědní politiku. 1/2009, roč. 17, s. 5-19. ISSN 1210-6659.

[19] SMETANA, Z. *Školné na vysokých školách v Česku! Asociální opatření nebo cesta k lepším vysokým školám?* Študák. Říjen 2010, roč. 4, s. 6. ISSN 1802-6257.

Internetové odkazy:

[20] BENEŠ, J., BESEDA, J., ROSKOVEC, V. (ed.). *Higher Education in the Czech Republic 2008*. Prague : CSVŠ and Ministry of Education CR, 2008. ISBN: 978-80-254-3783-4 Dostupné na WWW:

<http://www.msmt.cz/uploads/Areas_of_work/higher_education/Higher_Education_in_the_Czech_Republic_2008.pdf>.

- [21] MATĚJŮ, P., JEŽEK, F., MÜNICH, D., SLOVÁK, J., STRAKOVÁ, J., VÁCLAVÍK, D., WEIDNEROVÁ, S., ZRZAVÝ, J. *Bílá kniha teriárního vzdělávání*. Praha : Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy ČR, 2009. ISBN: 978-80-254-4519-8. Dostupné na WWW: <www.msmt.cz/file/155_1_1/download>
- [22] ROSKOVEC, V. *K problematice sítě vysokých škol*. Praha : Česká fyzikální společnost Jednoty českých matematiků a fyziků, 2010. Dostupné na WWW: <http://cms.jcmf.cz/osov/doc/AF-XII_P-7_V-Roskovec_K%20problematice%20slucovani%20VS.pdf>
- [23] Internetové stránky Atlasu školství [online]. Informace o vybraných středních školách [cit. 30. leden 2011]. Dostupné na WWW: <<http://www.atlasskolstvi.cz>>
- [24] Internetové stránky Českého statistického úřadu [online]. Klasifikační členění vzdělávací soustavy dle mezinárodních standardů [cit. 15. únor 2011]. Dostupné na WWW: <http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/metodika_mezinarodni_klasifikace_vzdelani_isced_97#2>
- [25] Internetové stránky Českého statistického úřadu [online]. Informace o počtu narozených ČR za období od 1. do 3. čtvrtletí 2010 [cit. 31. leden 2011]. Dostupné na WWW: <<http://czso.cz/csu/csu.nsf/informace/coby121310.doc>>
- [26] Internetové stránky Českého statistického úřadu [online]. Základní charakteristiky Moravskoslezského kraje za rok 2009 [cit. 31. leden 2011]. Dostupné na WWW: <[http://www.czso.cz/xt/redakce.nsf/i/zakladni_charakteristika_demograficke_socialni_a_ekonomicke_oblasti_moravskoslezskeho_kraje_za_rok_2009/\\$File/MSK_tendence_2009.pdf](http://www.czso.cz/xt/redakce.nsf/i/zakladni_charakteristika_demograficke_socialni_a_ekonomicke_oblasti_moravskoslezskeho_kraje_za_rok_2009/$File/MSK_tendence_2009.pdf)>
- [27] Internetové stránky Českého statistického úřadu [online]. Demografie okresu Karviná [cit. 31. leden 2011]. Dostupné na WWW: <[http://czso.cz/csu/2010edicniplan.nsf/t/C000261F54/\\$File/40341073.pdf](http://czso.cz/csu/2010edicniplan.nsf/t/C000261F54/$File/40341073.pdf)>
- [28] Internetové stránky Českého statistického úřadu [online]. Boloňský proces [cit. 2. leden 2011]. Dostupné na WWW: <<http://www.msmt.cz/vzdelavani/bolonsky-proces-1>>
- [29] Internetové stránky Českého statistického úřadu Moravskoslezského kraje [online]. Průměrná měsíční mzda v Moravskoslezském kraji [cit. 31. leden 2011]. Dostupné na WWW: <<http://www.ostrava.czso.cz>>

- [30] Internetové stránky Českého statistického úřadu Moravskoslezského kraje [online]. Čistá mzda za rok 2009 [cit. 31. leden 2011]. Dostupné na WWW: <<http://www.ostrava.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/prijmy-xt>>
- [31] Internetové stránky finance.cz [online]. Výpočet čisté mzdy [cit. 31. leden 2011]. Dostupné na WWW: <<http://www.finance.cz/dane-a-mzda/financni-kalkulacky/mzdovy-kalkulator>>
- [32] Internetové stránky iDnes.cz [online]. Reklama „*Já nejsem z gymplu*“ [cit. 16. únor 2011]. Dostupné na WWW: <http://zpravy.idnes.cz/ja-nejsem-z-gymplu-clip-presvedcuje-zaky-aby-z-nich-byli-ucitele-ci-chemici-15q-/studium.asp?c=A101221_104051_studium_bar>
- [33] Internetové stránky Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy [online]. Platné předpisy v resortu školství, mládeže a tělovýchovy [cit. 9. únor 2011]. Dostupné na WWW: <<http://www.msmt.cz/file/11075>>
- [34] Internetové stránky Moravskoslezského kraje [online]. Informace o počtu škol v Moravskoslezském kraji [cit. 9. únor 2011]. Dostupné na WWW: <<http://www.kr-moravskoslezsky.cz>>
- [35] Internetové stránky Nadřevo.cz [online]. Chování spotřebitele [cit. 23. únor 2011]. Dostupné na WWW: <<http://nadrevo.blogspot.com/2009/12/vliv-znacky-na-lidske-chovani-1dil.html>>
- [36] Internetové stránky omtrends.com [online]. Model AIDA [cit. 24. únor 2011]. Dostupné na WWW: <<http://www.omtrends.com/online-marketing/the-buying-proces>>
- [37] Internetové stránky společnosti SyNext [online]. Teorie černé skříňky [cit. 18. říjen 2010]. Dostupné na WWW: <<http://www.synext.cz/analyza-spotrebitele-jeho-pozadavku-a-priorit-vnejsi-analyza.html>>
- [38] Internetové stránky slovníku cizích slov [online]. Masifikace [cit. 10. leden 2011]. Dostupné na WWW: <<http://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/masifikace>>

[39] Internetové stránky Události a signály [online]. Zavedení povinné školní docházky [cit. 12. prosinec 2010]. Dostupné na WWW: <<http://udalosti.signalny.cz/0908/zavedeni-povinne-skolni-dochazky>>

[40] Internetové stránky Výstaviště Černá louka [online]. Informace o veletrhu učeň, středoškolák, vysokoškolák [cit. 11. Duben 2011]. Dostupné na WWW: <www.cerna-louka.cz/exhibitions.php>

[41] Internetové stránky encyklopedie Wikipedie [online]. Motivace spotřebitele [cit. 16. říjen 2010]. Dostupné na WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Motivace>>

[42] Internetové stránky encyklopedie Wikipedie [online]. Teorie spotřebitele [cit. 16. říjen 2010]. Dostupné na WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Spotřebitel>>

[43] Internetové stránky encyklopedie Wikipedie [online]. Kurikulum [cit. 1. březen 2011]. Dostupné na WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Kurikulum>>

Ostatní zdroje:

[44] E-mailová zpráva Mgr. Jarmily Baštové.

Seznam zkratek

apod.	a podobně
atd.	a tak dále
cit.	citace
č.	číslo
ČR	Česká republika
Gymnázium	Gymnázium Františka Živného v Bohumíně
H_0	Nulová hypotéze
H_1	Alternativní hypotéza
ISCED	International Standard Classification of Education
kap.	kapitola
Kč	koruna česká
ks	kus
max.	maximum
min.	minimum
MK	marketingová komunikace
např.	například
Obchodní akademie	Obchodní akademie v Orlové
obr.	obrázek
ost.	ostatní
ot.	otázka
popř.	popřípadě
příl.	příloha
SŠ	střední škola, středoškolský
Střední škola	Střední škola v Bohumíně
Střední průmyslová škola	Střední průmyslová škola v Karvině

str.	strana
tab.	tabulka
VaV	veletrhy a výstavy
VŠ	vysoká škola, vysokoškolský
viz	k vidění zde

Prohlášení o využití výsledků diplomové práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- беру на ве́доміі, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 29. dubna 2011

.....

Bc. Lucie Petrušková

Adresa trvalého bydliště studenta:

Kostelní 433, 735 81 Bohumín

Seznam příloh

Příloha č. 1: Faktory ovlivňující chování spotřebitele.

Příloha č. 2: Model pravděpodobné elaborace (zpracování).

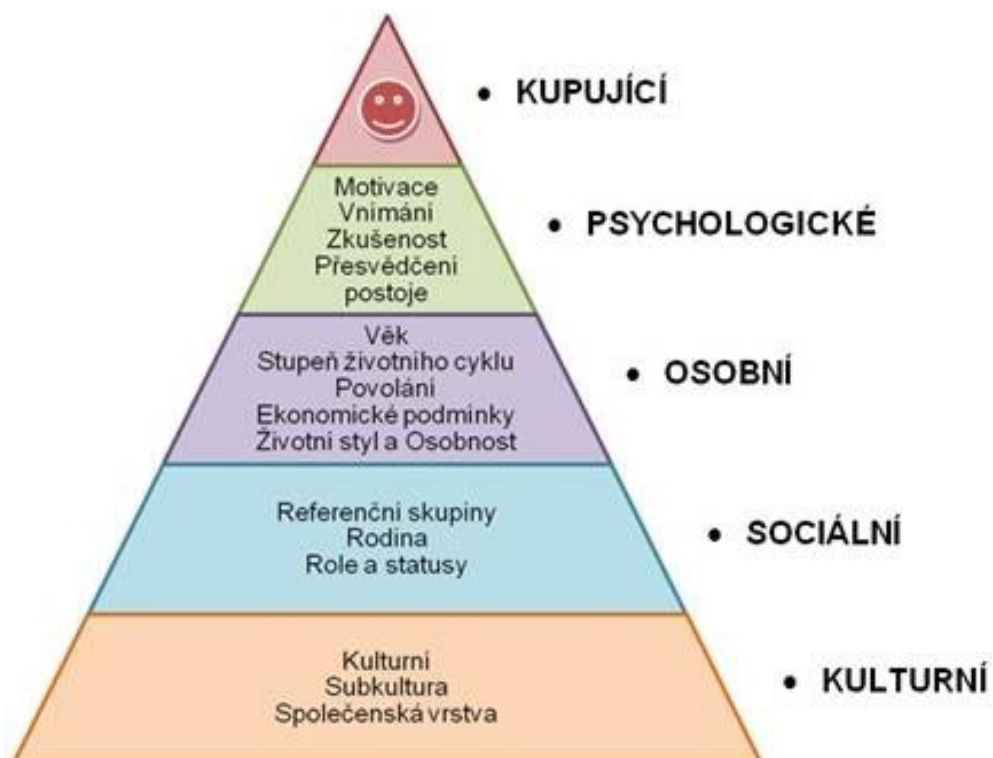
Příloha č. 3: Tabulka obsahující šest typů formování postoje a jeho změny.

Příloha č. 4: Schéma zobrazující vzdělávací soustavu v České republice.

Příloha č. 5: Dotazník.

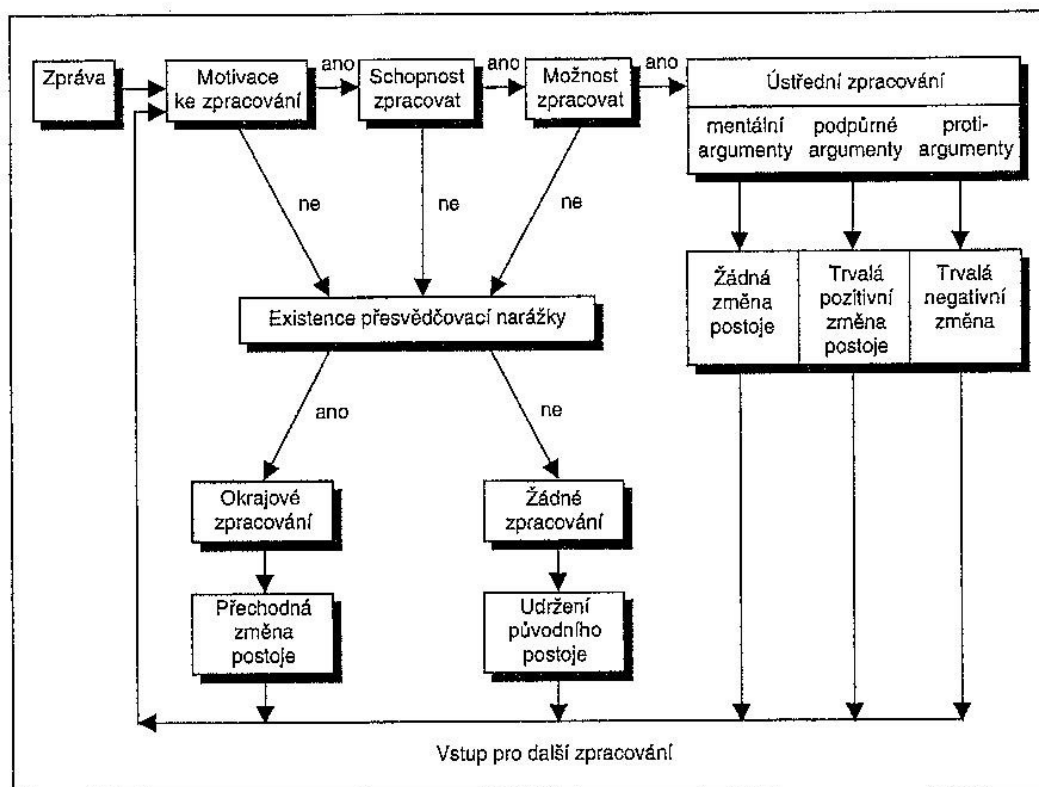
Příloha č. 6: Výsledky výzkumu.

Příloha č. 1: Faktory ovlivňující chování spotřebitele.



Obr. 1 Faktory ovlivňující chování spotřebitele. [35]

Příloha č. 2: Model pravděpodobné elaborace (zpracování).



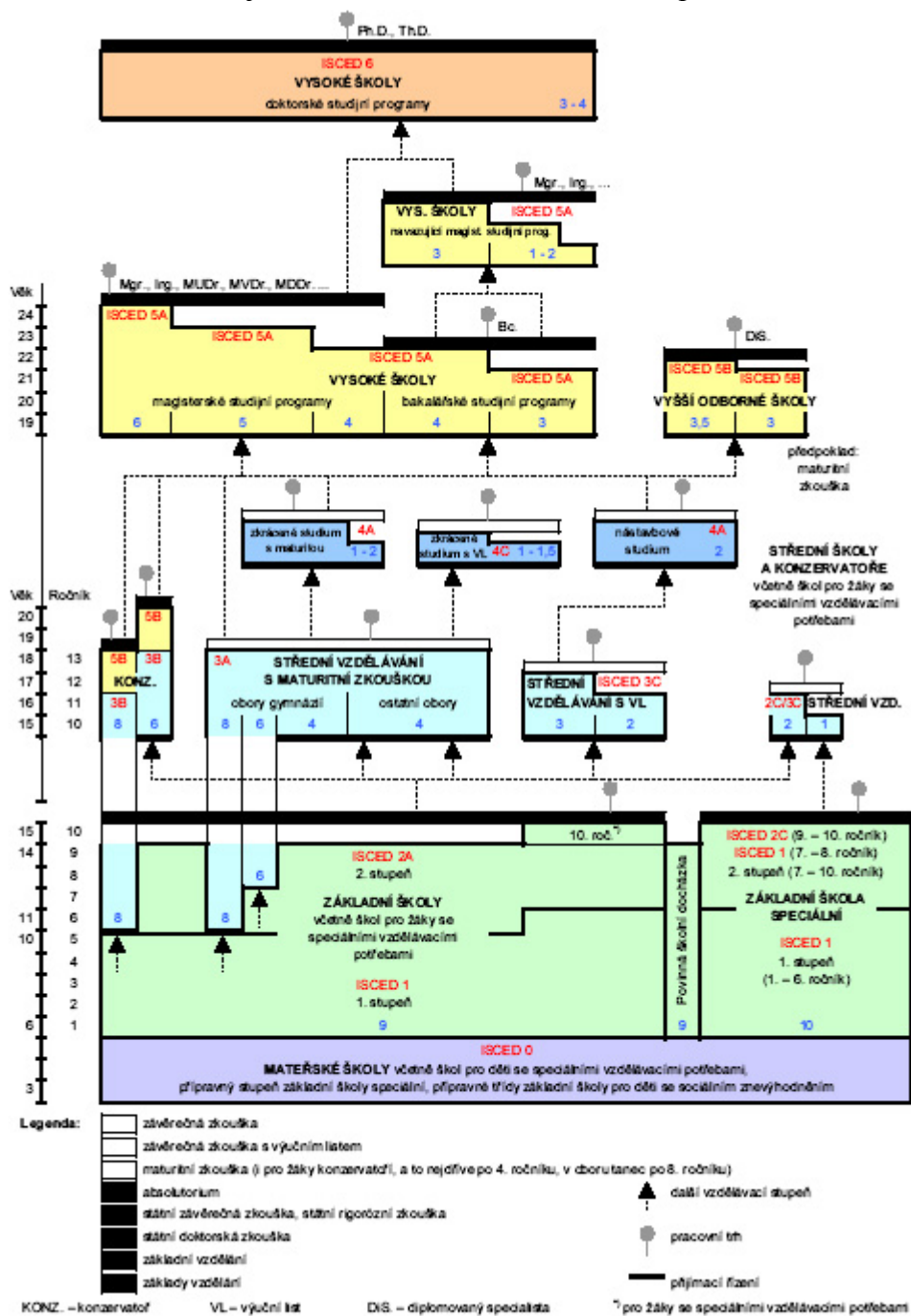
Obr. 1 Model pravděpodobné elaborace (zpracování). [3]

Příloha č. 3: Tabulka obsahující šest typů formování postoje a jeho změny.

		Pravděpodobnost elaborace založená na motivaci/zájmu, schopnosti a možnosti	
		<i>Vysoká elaborace (hlavní cesta)</i>	<i>Nízká elaborace (okrajová cesta)</i>
Postoj založený na:	<i>Poznání</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Modely násobných vlastností <ul style="list-style-type: none"> - Teorie zdůvodněné aktivity - Vlastní přesvědčení 	<ul style="list-style-type: none"> - Heuristické hodnocení
	<i>Pocitech</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Emocionální zpracování - Emfatické přesvědčování 	<ul style="list-style-type: none"> - Transfer reklamy - Transfer pocitů - Emocionální podmíněnost - Vystavení reklamě
	<i>Chování</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Modely následných zkušeností 	<ul style="list-style-type: none"> - Rutinní reakce

Tab. 1 Šest typů formování postoje a jeho změny. [3]

Příloha č. 4: Schéma zobrazující vzdělávací soustavu v České republice.



Obr. 1 Vzdělávací systém v České republice. [20, 24]

Příloha č. 5: Dotazník.

Dotazník

Vážení studenti,

jsem studentkou 5. ročníku navazujícího studia na Ekonomické fakultě VŠB – TU Ostrava, obor Marketing a obchod. Chtěla bych Vás požádat o **anonymní** vyplnění tohoto dotazníku, jehož výsledky budou použity **pouze** pro potřebu mé diplomové práce, v rámci níž provádím výzkum z oblasti vysokého školství. Pokud není uvedeno jinak, označte křížkem **vždy jednu variantu** odpovědi, která nejlépe vystihuje Váš názor. Za spolupráci Vám předem moc děkuji.

Bc. Lucie Petrušková

1. Uvažujete o studiu na vysoké škole?

☐ Ano

☐ Ne (přejděte na otázku č. 14)

2. O jakém typu vysoké školy uvažujete?

☐ Soukromá

☐ Veřejná

☐ Nezáleží

3. Uvažujete o studiu na zahraniční vysoké škole?

☐ Ano

☐ Ne

4. Vyjel(a) byste do zahraničí studovat, např. půlroční studijní pobyt na zahraniční vysoké škole, pokud by Vám to umožnila česká vysoká škola?

☐ Rozhodně ano

☐ Spíše ano

☐ Spíše ne

☐ Rozhodně ne

5. Ohodnoťte následující tvrzení na škále 1 (*zcela souhlasím*) až 5 (*zcela nesouhlasím*).

Vysoká škola je dostupná jen nadaným lidem.

Někteří studenti si zaplatí zkoušky na vysoké škole.

Vysoká škola připravuje jen specialisty v daných oborech.

Studium při zaměstnání je výhodnější.

S vysokoškolským diplomem najdu práci ve svém oboru rychleji.

Když si zaplatím školné na vysoké škole budu se více učit.

1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Myslíte si, že je vhodné zavádět školné na VŠ?

☐ Ano, uveďte prosím důvod:

☐ Ne, uveďte prosím důvod:

7. Uveďte u každé možnosti odpovědi, zda tuto výši školného byste byli ochotni ještě zaplatit za 1 rok studia na VŠ.

	Ano	Ne
Školné ve výši 1 000,- Kč	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Školné ve výši 2 500,- Kč	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Školné ve výši 5 000,- Kč	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Školné ve výši 7 500,- Kč	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Školné ve výši 10 000,- Kč	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Školné ve výši 12 500,- Kč	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Školné ve výši 15 000,- Kč	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Školné ve výši 17 500,- Kč	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Školné ve výši 20 000,- Kč	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Školné ve výši 25 000,- Kč	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Školné ve výši 30 000,- Kč	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. V případě, že bude školné na VŠ zavedeno mohlo by to ohrozit Vaše pokračování ve studiu?

- ☐ Rozhodně ano
☐ Spíše ano
☐ Spíše ne
☐ Rozhodně ne

9. Musel(a) byste si vzít půjčku od banky na studia v případě, že by školné bylo zavedeno během Vašeho studia na vysoké škole?

- ☐ Rozhodně ano
☐ Spíše ano
☐ Spíše ne
☐ Rozhodně ne

10. Jakou důležitost přikládáte následujícím informačním zdrojům k získání potřebných informací o vysokých školách?

(1 – velmi důležitý, 5 – zcela nedůležitý)

	1	2	3	4	5	Nevyžívám
Internetové stránky jednotlivých VŠ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Den otevřených dveří na VŠ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Speciální přílohy o VŠ v denním tisku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Veletrhy a výstavy škol	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Brožurky, katalogy, letáčky o VŠ, které poskytuje Vaše střední škola	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Absolventi nebo studenti na daných VŠ (vč. rodinných příslušníků, přátel, apod.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prezentace vysoké školy prostřednictvím pedagoga z určité VŠ na Vaší SŠ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Jiný informační zdroj, prosím uveďte jaký:

11. Co Vás motivuje ke studiu na vysoké škole?
(1 – zcela souhlasím, 5 – zcela nesouhlasím)

	1	2	3	4	5
Prodloužení si mládí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Poznat nové přátele, prostředí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lepší pracovní uplatnění po skončení studia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Více se vzdělat v daném oboru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prestiž, lepší postavení ve společnosti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Přejí si to rodiče	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jiná motivace, uveďte prosím jaká:					

12. Která kritéria jsou pro Vás při výběru vysoké školy důležitá?
(1 – velmi důležitý, 5 – velmi nedůležitý)

	1	2	3	4	5	Neberu v úvahu
Vybavení školy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Výměnné pobyty v zahraničí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Možnost získání praxe (při studiu) v tuzemských či zahraničních společnostech	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vyučující	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Způsob vyučování (propojení teorie a praxe)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zahraniční či tuzemské exkurze ve firmách	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nabídka oborů	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Image VŠ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vzdálenost VŠ od bydliště	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Město, ve kterém se VŠ nachází	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Uplatnění absolventů	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Jiná možnost, prosím uveďte jaká:

13. Kdo Vás **nejvíce** ovlivňuje jít studovat na vysokou školu?

Uveďte prosím jen jednu variantu odpovědi.

Po zodpovězení přejděte na otázku č. 15.

- ☐ Rodiče
- ☐ Sourozenci
- ☐ Přítel(kyně)
- ☐ Spolužáci
- ☐ Přátelé
- ☐ Nikdo mě neovlivňuje, rozhoduji o tom sám(a)

14. Z jakého důvodu neuvažujete o studiu na vysoké škole?
(1 – zcela souhlasím, 5 – zcela nesouhlasím)

	1	2	3	4	5
Učení mě nebaví	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chci už pracovat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nemám dostatečné znalosti pro studium	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vysoké náklady spojené se studiem na VŠ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Budoucí zavedení školného na VŠ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
V blízkém okolí není VŠ, na kterou bych chtěl(a) jít	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nechci do školy daleko dojíždět	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nechci bydlet na koleji	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nemyslím si, že mi diplom pomůže najít práci	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Další důvod, uveďte prosím jaký:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

15. Vaše pohlaví?

- ☐ Muž
☐ Žena

16. Uveďte, kterou střední školu studujete.

- ☐ Střední škola v Bohumíně
☐ Gymnázium Františka Živného v Bohumíně
☐ Střední průmyslová škola v Karvině
☐ Obchodní akademie v Orlové

17. Zkuste prosím odhadnout průměrný celkový měsíční čistý příjem Vaší domácnosti.

- ☐ Méně než 10 000,- Kč
☐ 10 000,- Kč až 14 999,- Kč
☐ 15 000,- Kč až 19 999,- Kč
☐ 20 000,- Kč až 24 999,- Kč
☐ 25 000,- Kč až 29 999,- Kč
☐ 30 000,- Kč až 34 999,- Kč
☐ 35 000,- Kč až 39 999,- Kč
☐ 40 000,- Kč a více

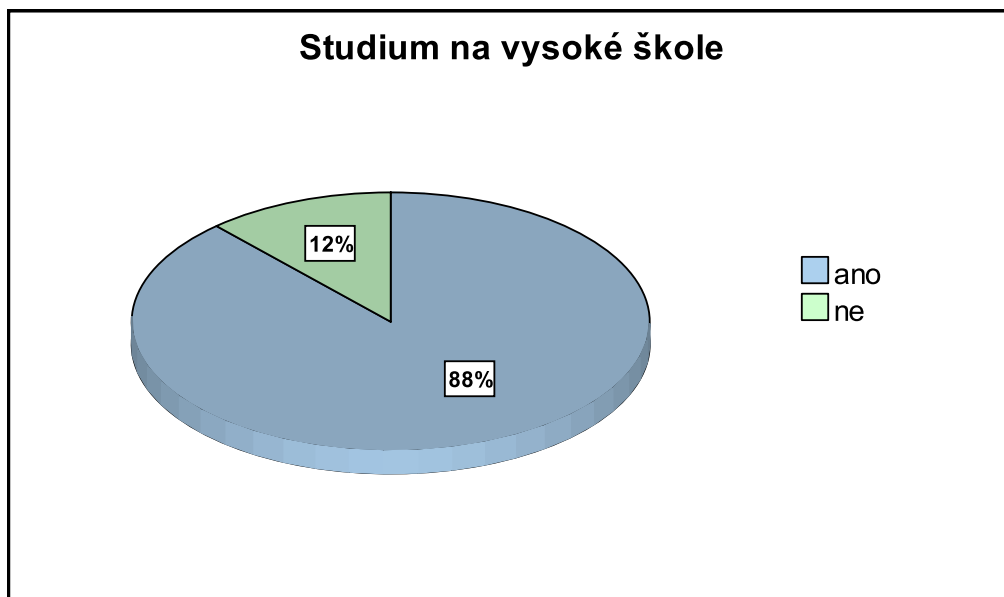
18. Uveďte prosím, kolik členů žije ve Vaší domácnosti.

19. Je ve Vaší rodině někdo s vysokoškolským vzděláním, popř. studuje na VŠ?

- ☐ Ano (uveďte prosím kdo, můžete zakřížkovat více odpovědí)
☐ Otec ☐ Matka ☐ Sourozenec(i) ☐ Jiní členové rodiny
☐ Ne

Příloha č. 6: Výsledky výzkumu.

Ot. č. 1: Uvažujete o studiu na vysoké škole?

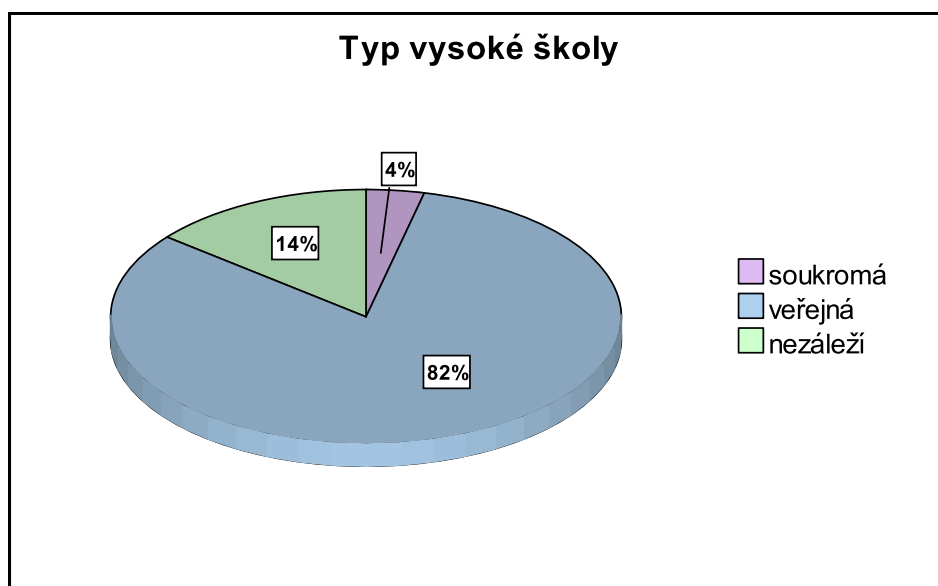


Obr. 1

Studium na vysoké škole					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ano	218	88,3	88,3	88,3
	ne	29	11,7	11,7	100,0
	Total	247	100,0	100,0	

Tab. 1

Ot. č. 2: O jakém typu vysoké školy uvažujete?

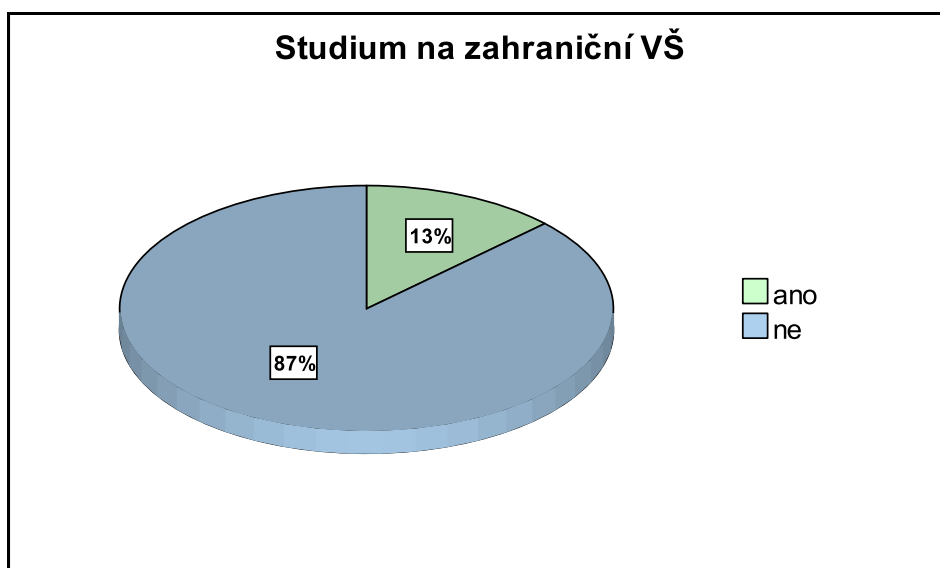


Obr. 2

Typ vysoké školy					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	soukromá	8	3,2	3,7	3,7
	veřejná	179	72,5	82,1	85,8
	nezáleží	31	12,6	14,2	100,0
	Total	218	88,3	100,0	
Missing	System	29	11,7		
Total		247	100,0		

Tab. 2

Ot. č. 3: Uvažujete o studiu na zahraniční vysoké škole?

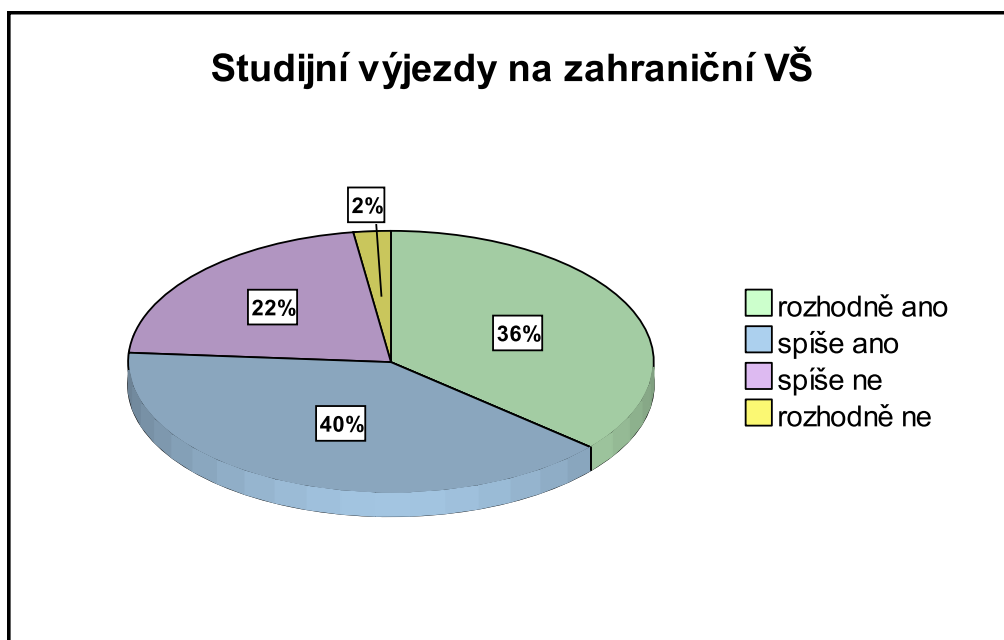


Obr. 3

Studium na zahraniční VŠ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ano	28	11,3	12,8	12,8
	ne	190	76,9	87,2	100,0
	Total	218	88,3	100,0	
Missing	System	29	11,7		
Total		247	100,0		

Tab. 3

Ot. č. 4: Vyjel(a) byste do zahraničí studovat, např. půlroční studijní pobyt na zahraniční vysoké škole, pokud by Vám to umožnila česká vysoká škola?



Obr. 4

Studijní výjezdy na zahraniční VŠ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	rozhodně ano	79	32,0	36,2	36,2
	spíše ano	87	35,2	39,9	76,1
	spíše ne	47	19,0	21,6	97,7
	rozhodně ne	5	2,0	2,3	100,0
	Total	218	88,3	100,0	
Missing	System	29	11,7		
Total		247	100,0		

Tab. 4

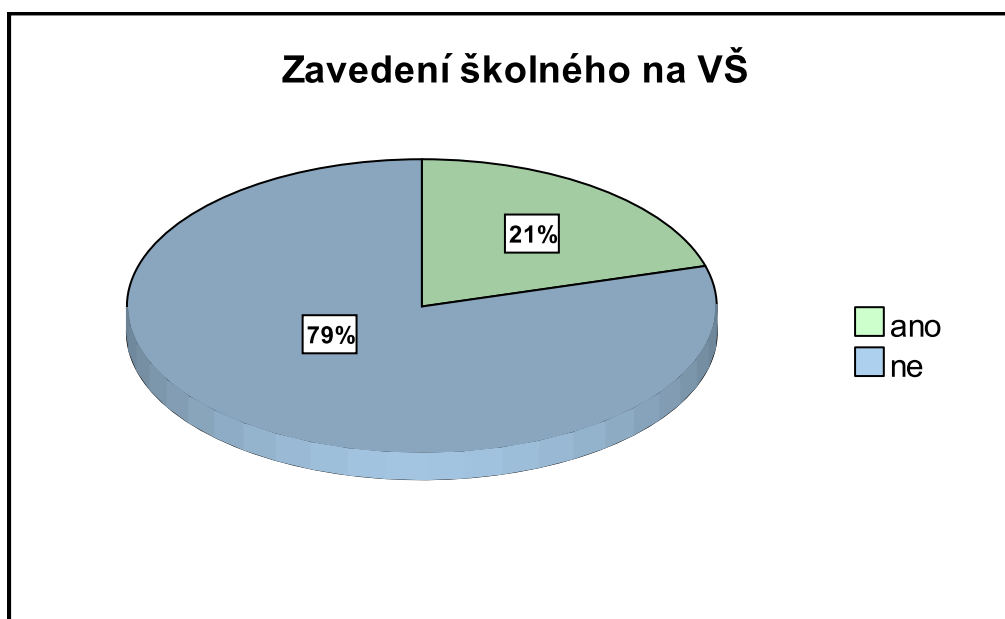
Ot. č. 5: Ohodnoťte následující tvrzení na škále 1 (*zcela souhlasím*) až 5 (*zcela nesouhlasím*).

Tvrzení*		1		2		3		4		5		6	
		Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%
Valid	zcela souhlasím	5	2,0	28	11,3	20	8,1	21	8,5	64	25,9	21	8,5
	spíše souhlasím	32	13,0	43	17,4	52	21,1	24	9,7	88	35,6	36	14,6
	nevím	100	40,5	75	30,4	92	37,2	59	23,9	29	11,7	55	22,3
	spíše nesouhlasím	50	20,2	50	20,2	39	15,8	52	21,1	18	7,3	45	18,2
	zcela nesouhlasím	31	12,6	22	8,9	15	6,1	62	25,1	19	7,7	61	24,7
	Total	218	88,3	218	88,3	218	88,3	218	88,3	218	88,3	218	88,3
Missing	System	29	11,7	29	11,7	29	11,7	29	11,7	29	11,7	29	11,7
Total		247	100,0	247	100,0	247	100,0	247	100,0	247	100,0	247	100,0

Tab. 5

- * 1. Vysoká škola je dostupná jen nadaným lidem.
2. Někteří studenti si zaplatí zkoušky na vysoké škole.
3. VŠ připravuje jen specialisty v daných oborech.
4. Studium při zaměstnání je výhodnější.
5. S vysokoškolským diplomem najdu práci ve svém oboru rychleji.
6. Když si zaplatím školné na VŠ budu se více učit.

Ot. č. 6: Myslíte si, že je vhodné zavádět školné na VŠ?



Obr. 6

Zavedení školného na VŠ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ano	44	17,8	20,6	20,6
	ne	170	68,8	79,4	100,0
	Total	214	86,6	100,0	
Missing	System	33	13,4		
Total		247	100,0		

Tab. 6

Důvody pro zavedení školného					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	zvýšení motivace k učení	6	2,4	14,3	14,3
	zlepšení kvality VŠ, výuky apod.	15	6,1	35,7	50,0
	VŠ budou studovat jen ti, kteří opravdu chtějí	11	4,5	26,2	76,2
	VŠ je vyšší standard, za který by se mělo platit	3	1,2	7,1	83,3
	jiná odpověď	7	2,8	16,7	100,0
	Total	42	17,0	100,0	
Missing	System	205	83,0		
Total		247	100,0		

Tab. 6.1

Jiné odpovědi:

- „celková reforma VŠ vzdělávání“
- „peníze vláda dobře využije“
- „aby pak absolventi neodcházel do zahraničí“
- „proč by se školné mělo platit jen z daní“
- „bude více lidí na podřadné práce“
- „v omezené míře“
- „VŠ diplom ztrácí svou váhu“

Důvody proti zavedení školného					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	znevýhodnění studentů ze sociálně chudších rodin	38	15,4	27,0	27,0
	zvýšení výdajů na studia	13	5,3	9,2	36,2
	odrazení studentů od studia	10	4,0	7,1	43,3
	studenti nemají dostatek finančních prostředků	47	19,0	33,3	76,6
	VŠ se stane dostupná jen bohatým studentům	11	4,5	7,8	84,4
	veřejné VŠ by měly být dostupné všem bez poplatků	10	4,0	7,1	91,5
	jiná odpověď	12	4,9	8,5	100,0
	Total	141	57,1	100,0	
Missing	System	106	42,9		
Total		247	100,0		

Tab. 6.2

Jiné odpovědi:

- „investice do státu“
- „na to abych platil můžu na soukromou VŠ“
- „kvalita VŠ tomu neodpovídá“
- „měli by si najít jiný způsob, jak získat peníze než jen od studentů“
- „začínat život s půjčkou není vhodné vykročení do života“
- „dosud to nefungovalo dobře i bez něj“
- „omezení vyššího studia, bude více lidí na manuální práce“
- „proč jim dávat další peníze“
- „nemyslím si, že to zvýší úroveň VŠ“
- „stát se má postarat“

Ot. č. 7: Uved'te u každé možnosti odpovědi, zda tuto výši školného byste byli ochotni ještě zaplatit za 1 rok studia na VŠ.

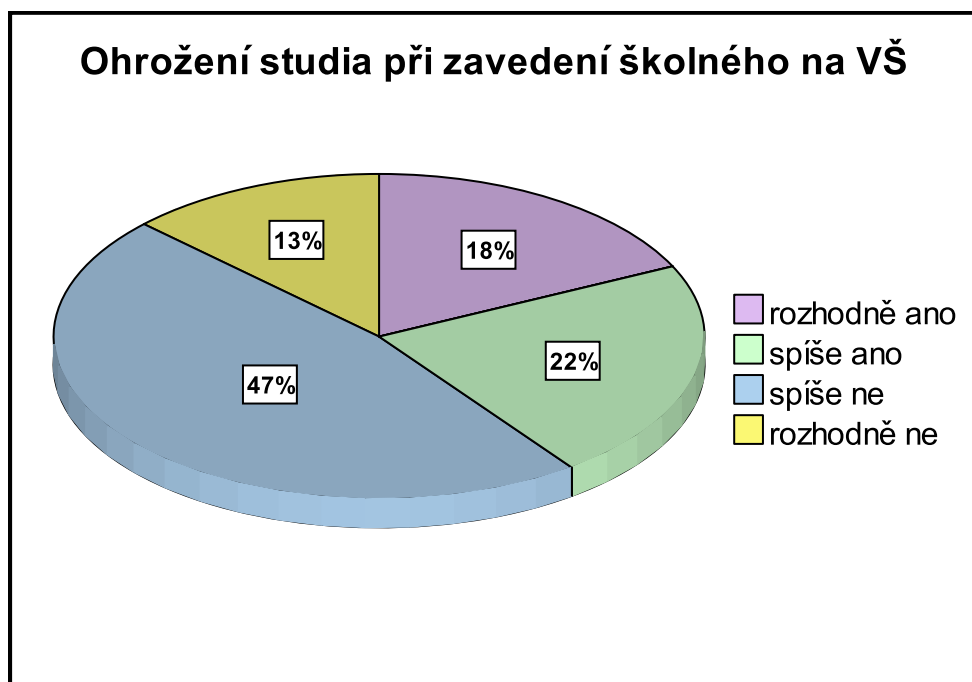
Výše školného		1 000,-		2 500,-		5 000,-		7 500,-		10 000,-		12 500,-	
		Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%
Valid	ano	211	85,4	203	82,2	187	75,7	144	58,3	105	42,5	54	21,9
	ne	7	2,8	15	6,1	31	12,6	74	30,0	113	45,7	164	66,4
	Total	218	88,3	218	88,3	218	88,3	218	88,3	218	88,3	218	88,3
Missing	System	29	11,7	29	11,7	29	11,7	29	11,7	29	11,7	29	11,7
Total		247	100,0	247	100,0	247	100,0	247	100,0	247	100,0	247	100,0

Tab. 7-1

Výše školného		15 000,-		17 500,-		20 000,-		25 000,-		30 000,-	
		Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%
Valid	ano	40	16,2	27	10,9	17	6,9	7	2,8	6	2,4
	ne	178	72,1	191	77,3	201	81,4	211	85,4	212	85,8
	Total	218	88,3	218	88,3	218	88,3	218	88,3	218	88,3
Missing	System	29	11,7	29	11,7	29	11,7	29	11,7	29	11,7
Total		247	100,0	247	100,0	247	100,0	247	100,0	247	100,0

Tab. 7-2

Ot. č. 8: V případě, že bude školné na VŠ zavedeno mohlo by to ohrozit Vaše pokračování ve studiu?

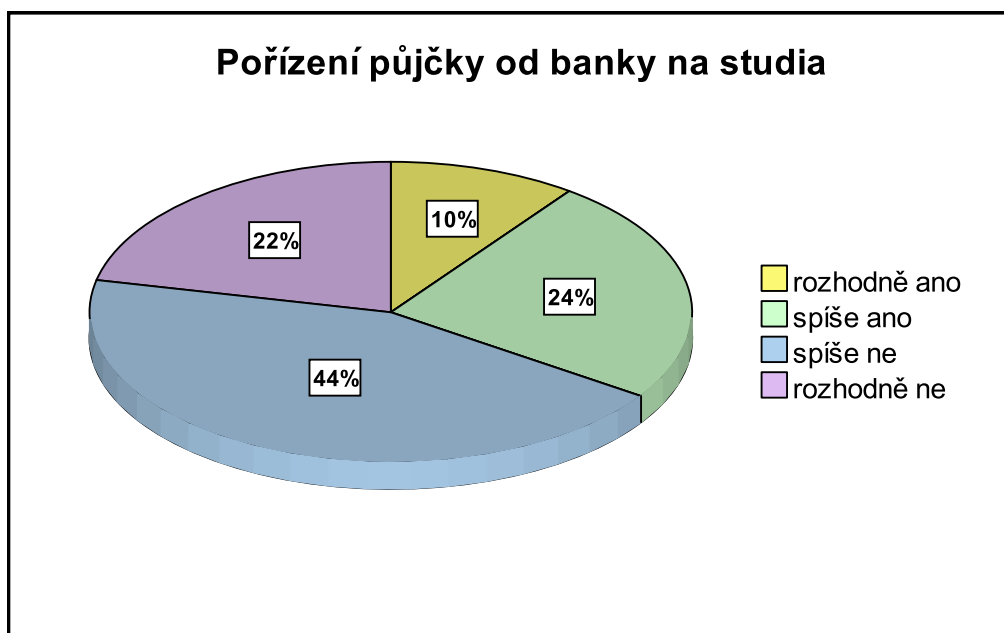


Obr. 8

Ohrožení studia při zavedení školného na VŠ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	rozhodně ano	39	15,8	17,9	17,9
	spíše ano	48	19,4	22,0	39,9
	spíše ne	103	41,7	47,2	87,2
	rozhodně ne	28	11,3	12,8	100,0
	Total	218	88,3	100,0	
Missing	System	29	11,7		
Total		247	100,0		

Tab. 8

Ot. č. 9: Musel(a) byste si vzít půjčku od banky na studia v případě, že by školné bylo zavedeno během Vašeho studia na vysoké škole?



Obr. 9

Pořízení půjčky od banky na studia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	rozhodně ano	22	8,9	10,1	10,1
	spíše ano	53	21,5	24,3	34,4
	spíše ne	96	38,9	44,0	78,4
	rozhodně ne	47	19,0	21,6	100,0
	Total	218	88,3	100,0	
Missing	System	29	11,7		
Total		247	100,0		

Tab. 9

Ot. č. 10: Jakou důležitost přikládáte následujícím informačním zdrojům k získání potřebných informací o vysokých školách?

Informační zdroje*		1		2		3		4	
		Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%
Valid	velmi důležitý	169	68,4	82	33,2	24	9,7	39	15,8
	spíše důležitý	41	16,6	71	28,7	60	24,3	70	28,3
	střední důležitost	5	2,0	44	17,8	75	30,4	55	22,3
	spíše nedůležitý	0	,0	5	2,0	30	12,1	23	9,3
	velmi nedůležitý	1	,4	5	2,0	11	4,5	9	3,6
	Total	216	87,4	207	83,8	200	81,0	196	79,4
Missing	nevyužívám	2	,8	11	4,5	18	7,3	22	8,9
	System	29	11,7	29	11,7	29	11,7	29	11,7
	Total	31	12,6	40	16,2	47	19,0	51	20,6
Total		247	100,0	247	100,0	247	100,0	247	100,0

Tab. 10-1

Informační zdroje**		5		6		7	
		Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%
Valid	velmi důležitý	47	19,0	78	31,6	56	22,7
	spíše důležitý	60	24,3	73	29,6	81	32,8
	střední důležitost	63	25,5	43	17,4	54	21,9
	spíše nedůležitý	27	10,9	10	4,0	11	4,5
	velmi nedůležitý	12	4,9	6	2,4	4	1,6
	Total	209	84,6	210	85,0	206	83,4
Missing	nevyužívám	9	3,6	8	3,2	12	4,9
	System	29	11,7	29	11,7	29	11,7
	Total	38	15,4	37	15,0	41	16,6
Total		247	100,0	247	100,0	247	100,0

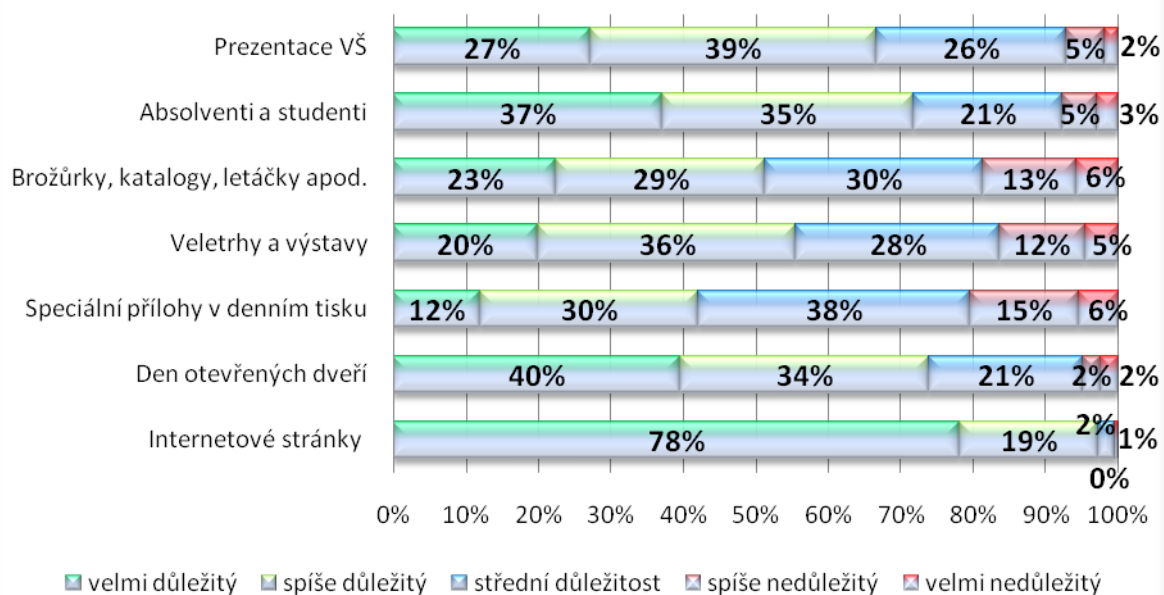
Tab. 10-2

- * 1. Internetové stránky VŠ
2. Den otevřených dveří na VŠ
3. Speciální přílohy o VŠ v denním tisku
4. Veletrhy a výstavy VŠ

- ** 5. Brožurky, katalogy, letáčky o VŠ
6. Absolventi nebo studenti na VŠ
7. Prezentace VŠ na SŠ

Jako jiný zdroj respondenti uvedli 2x učitelské noviny.

Informační zdroje o vysokých školách



Obr. 10

Ot. č. 11: Co Vás motivuje ke studiu na vysoké škole?

Motivace ke studiu*		1		2		3		4		5		6	
		Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%
Valid	zcela souhlasím	59	23,9	68	27,5	162	65,6	112	45,3	96	38,9	26	10,5
	spíše souhlasím	52	21,1	65	26,3	42	17,0	73	29,6	57	23,1	29	11,7
	nevím	36	14,6	53	21,5	8	3,2	20	8,1	40	16,2	64	25,9
	spíše nesouhlasím	28	11,3	15	6,1	2	,8	4	1,6	13	5,3	45	18,2
	zcela nesouhlasím	43	17,4	17	6,9	4	1,6	9	3,6	12	4,9	54	21,9
	Total	218	88,3	218	88,3	218	88,3	218	88,3	218	88,3	218	88,3
Missing	System	29	11,7	29	11,7	29	11,7	29	11,7	29	11,7	29	11,7
Total		247	100,0	247	100,0	247	100,0	247	100,0	247	100,0	247	100,0

Tab. 11.1

* 1. Prodloužení si mládí.

2. Poznat nové přátele, prostředí, apod.

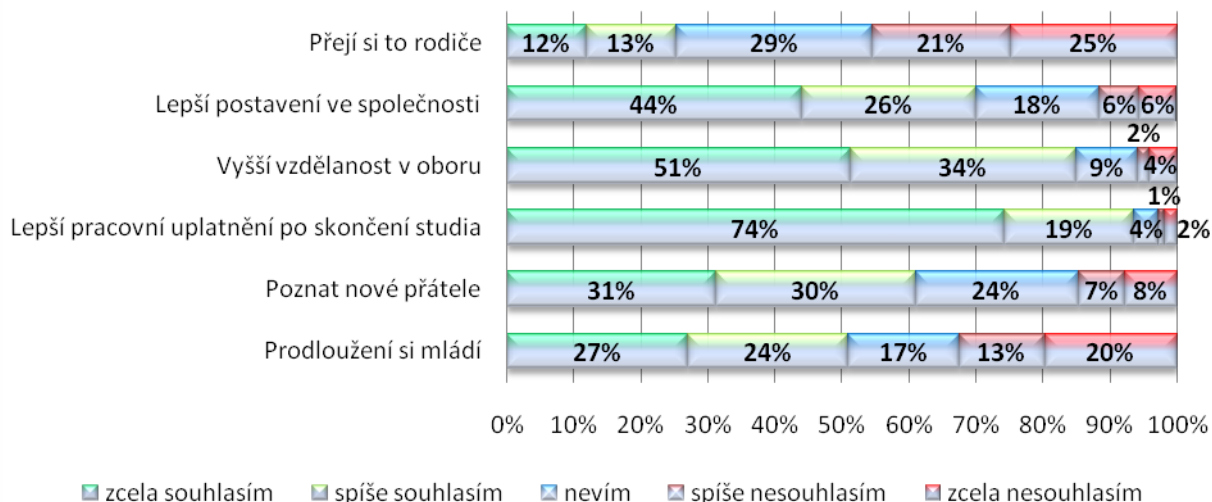
3. Lepší pracovní uplatnění po skončení studia.

4. Více se vzdělat v daném oboru.

5. Prestiž, lepší postavení ve společnosti.

6. Přejí si to rodiče.

Motivační faktory ke studiu na VŠ



Obr. 11

One-Sample Test						
	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Prodloužení si mládí	-2,567	217	,011	-,257	-,45	-,06
Poznat nové přátele	-8,558	217	,000	-,697	-,86	-,54
Lepší pracovní uplatnění po skončení studia	-31,562	217	,000	-1,633	-1,74	-1,53
Více se vzdělat v daném oboru	-18,751	217	,000	-1,261	-1,39	-1,13
Lepší postavení ve společnosti	-12,297	217	,000	-,972	-1,13	-,82
Přejí si to rodiče	3,733	217	,000	,330	,16	,50

Tab. 11.2

Ot. č. 12: Která kritéria jsou pro Vás při výběru vysoké školy důležitá?

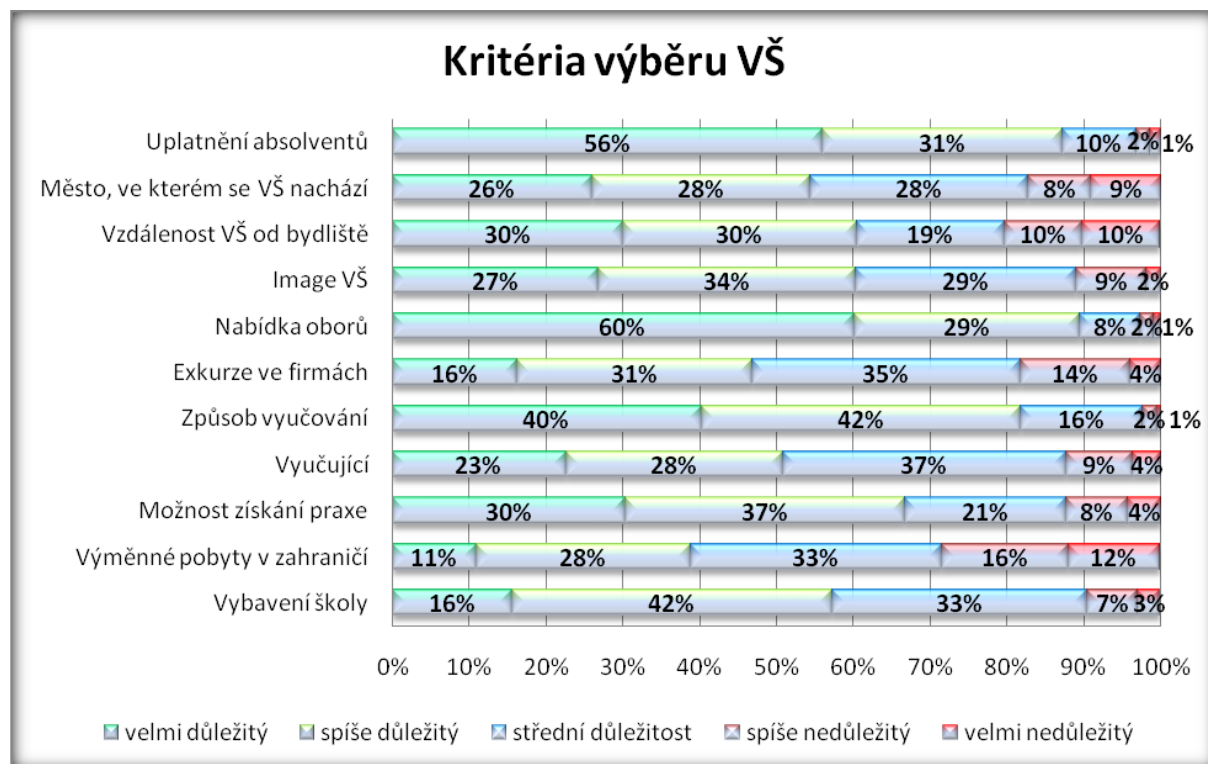
Kritéria výběru VŠ*		1		2		3		4		5		6	
		Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%
Valid	velmi důležitý	33	13,4	22	8,9	64	25,9	44	17,8	86	34,8	33	13,4
	spíše důležitý	88	35,6	56	22,7	77	31,2	55	22,3	89	36,0	62	25,1
	střední důležitost	70	28,3	66	26,7	44	17,8	72	29,1	34	13,8	71	28,7
	spíše nedůležitý	14	5,7	33	13,4	17	6,9	17	6,9	4	1,6	29	11,7
	velmi nedůležitý	6	2,4	24	9,7	9	3,6	7	2,8	1	,4	8	3,2
	Total	211	85,4	201	81,4	211	85,4	195	78,9	214	86,6	203	82,2
Missing	neberu v úvahu	7	2,8	17	6,9	7	2,8	23	9,3	4	1,6	15	6,1
	System	29	11,7	29	11,7	29	11,7	29	11,7	29	11,7	29	11,7
	Total	36	14,6	46	18,6	36	14,6	52	21,1	33	13,4	44	17,8
Total		247	100,0	247	100,0	247	100,0	247	100,0	247	100,0	247	100,0

Tab. 12-1

Kritéria výběru VŠ**		7		8		9		10		11	
		Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%
Valid	velmi důležitý	131	53,0	56	22,7	62	25,1	54	21,9	122	49,4
	spíše důležitý	64	25,9	70	28,3	63	25,5	59	23,9	68	27,5
	střední důležitost	17	6,9	60	24,3	40	16,2	59	23,9	21	8,5
	spíše nedůležitý	4	1,6	19	7,7	21	8,5	17	6,9	4	1,6
	velmi nedůležitý	2	,8	4	1,6	21	8,5	19	7,7	3	1,2
	Total	218	88,3	209	84,6	207	83,8	208	84,2	218	88,3
Missing	nevyužívám	0	,0	9	3,6	11	4,5	10	4,0	0	,0
	System	29	11,7	29	11,7	29	11,7	29	11,7	29	11,7
	Total	29	11,7	38	15,4	40	16,2	39	15,8	29	11,7
Total		247	100,0	247	100,0	247	100,0	247	100,0	247	100,0

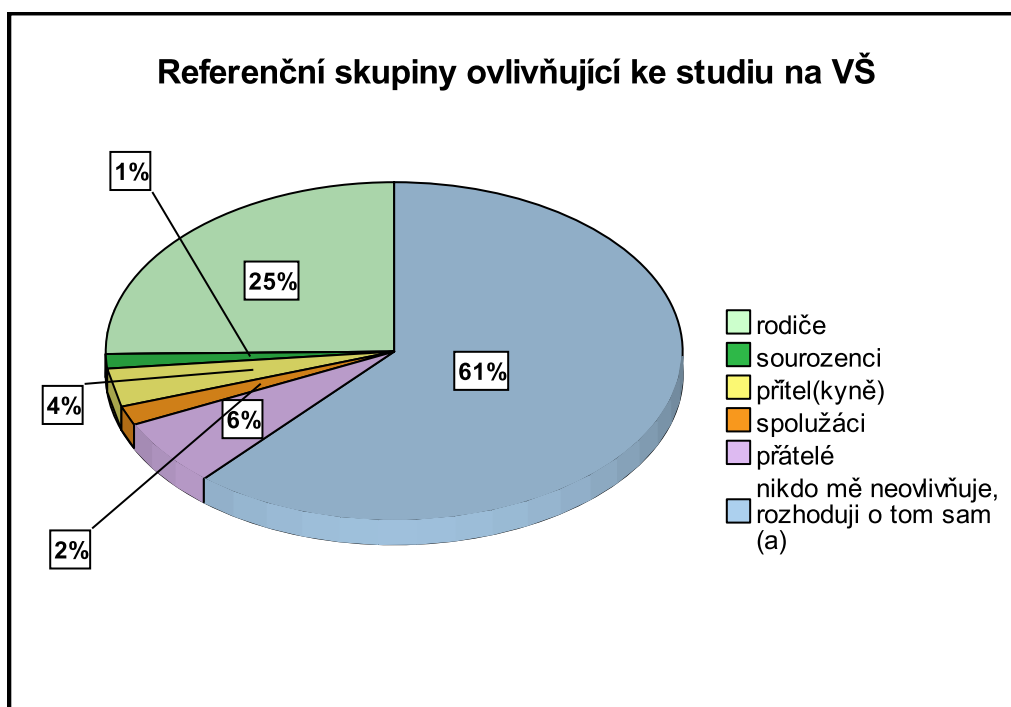
Tab. 12-2

- * 1. Vybavení školy.
- 2. Výměnné pobyty v zahraničí.
- 3. Možnost získání praxe (při studiu) v tuzemských či zahraničních společnostech.
- 4. Vyučující.
- 5. Způsob vyučování (propojení teorie a praxe).
- 6. Exkurze v tuzemských či zahraničních firmách.
- ** 7. Nabídka oborů.
- 8. Image VŠ.
- 9. Vzdálenost VŠ od bydliště.
- 10. Město, ve kterém se VŠ nachází.
- 11. Uplatnění absolventů.



Obr. 12

Ot. č. 13: Kdo Vás nejvíce ovlivňuje jít studovat na vysokou školu?



Obr. 13

Referenční skupiny ovlivňující ke studiu na VŠ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	rodiče	55	22,3	25,2	25,2
	sourozenci	3	1,2	1,4	26,6
	přítel(kyně)	8	3,2	3,7	30,3
	spolužáci	4	1,6	1,8	32,1
	přátelé	14	5,7	6,4	38,5
	nikdo mě neovlivňuje, rozhoduji o tom sam(a)	134	54,3	61,5	100,0
	Total	218	88,3	100,0	
Missing	System	29	11,7		
Total		247	100,0		

Tab. 13

Ot. č. 14: Z jakého důvodu neuvažujete o studiu na vysoké škole?

Důvody proti VŠ*		1		2		3		4		5		6	
		Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%
Valid	zcela souhlasím	7	2,8	15	6,1	6	2,4	13	5,3	9	3,6	7	2,8
	spíše souhlasím	5	2,0	5	2,0	3	1,2	7	2,8	7	2,8	4	1,6
	nevím	13	5,3	7	2,8	13	5,3	7	2,8	7	2,8	7	2,8
	spíše nesouhlasím	3	1,2	1	,4	4	1,6	2	,8	2	,8	3	1,2
	zcela nesouhlasím	1	,4	1	,4	3	1,2	0	,0	4	1,6	8	3,2
	Total	29	11,7	29	11,7	29	11,7	29	11,7	29	11,7	29	11,7
Missing	System	218	88,3	218	88,3	218	88,3	218	88,3	218	88,3	218	88,3
Total		247	100,0	247	100,0	247	100,0	247	100,0	247	100,0	247	100,0

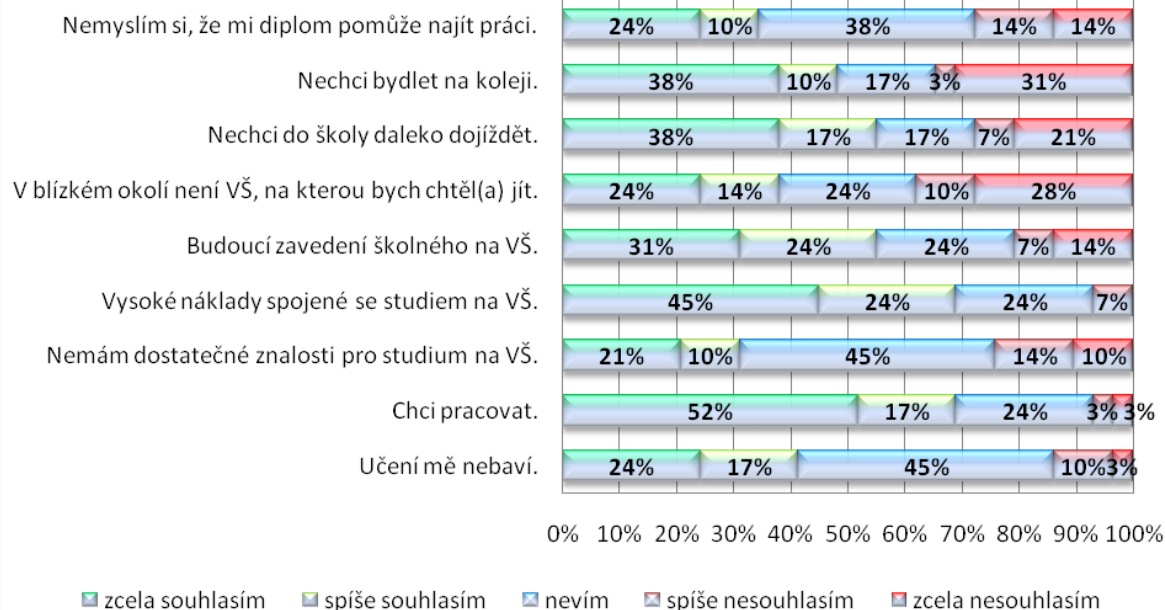
Tab. 14-1

Důvody proti VŠ**		7		8		9	
		Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%
Valid	zcela souhlasím	11	4,5	11	4,5	7	2,8
	spíše souhlasím	5	2,0	3	1,2	3	1,2
	nevím	5	2,0	5	2,0	11	4,5
	spíše nesouhlasím	2	,8	1	,4	4	1,6
	zcela nesouhlasím	6	2,4	9	3,6	4	1,6
	Total	29	11,7	29	11,7	29	11,7
Missing	System	218	88,3	218	88,3	218	88,3
Total		247	100,0	247	100,0	247	100,0

Tab. 14-2

- * 1. Učení mě nebaví.
2. Chci už pracovat.
3. Nemám dostatečné znalosti pro studium.
4. Vysoké náklady spojené se studiem na VŠ.
5. Budoucí zavedení školného na VŠ.
6. V blízkém okolí není VŠ, kterou chci studovat.
- ** 7. Nechci do školy daleko dojíždět.
8. Nechci bydlet na koleji.
9. Nemyslím si, že mi diplom pomůže najít práci.

Nejčastější důvody neuvažování o studiu na VŠ

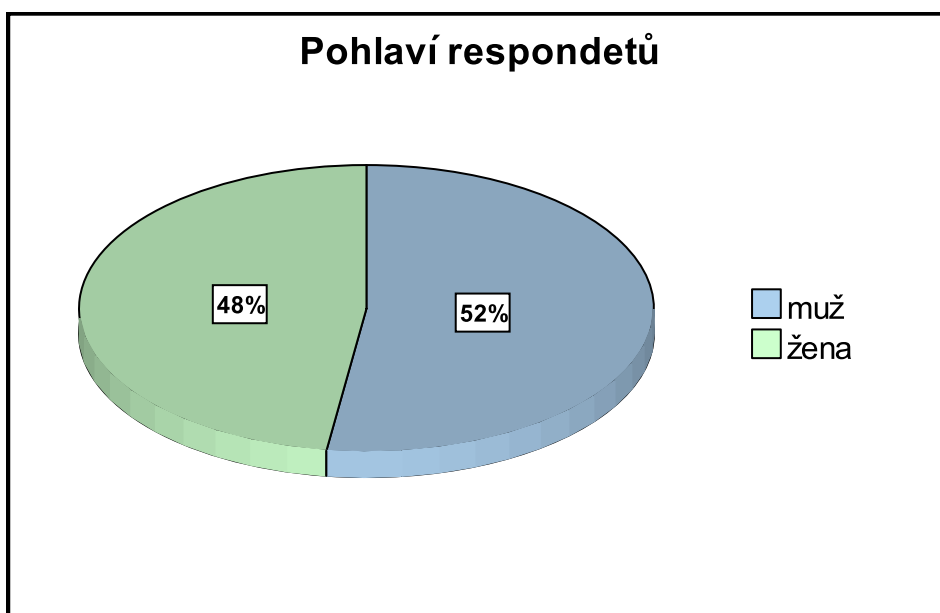


Obr. 14

One-Sample Test						
	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Učení mě nebaví	-2,386	28	,024	-,483	-,90	-,07
Chci už pracovat	-5,339	28	,000	-1,103	-1,53	-,68
Nemám dostatečné znalosti pro studium na VŠ	-,757	28	,455	-,172	-,64	,29
Vysoké náklady spojené se studiem na VŠ	-5,771	28	,000	-1,069	-1,45	-,69
Budoucí zavedení školného na VŠ	-2,020	28	,053	-,517	-1,04	,01
V blízkém okolí není VŠ	,120	28	,905	,034	-,55	,62
Nechci dojíždět	-1,536	28	,136	-,448	-1,05	,15
Nechci bydlet na koleji	-,648	28	,522	-,207	-,86	,45
Nemyslím si, že mi diplom pomůže najít práci	-,694	28	,493	-,172	-,68	,34

Tab. 14.1

Ot. č. 15: Vaše pohlaví?

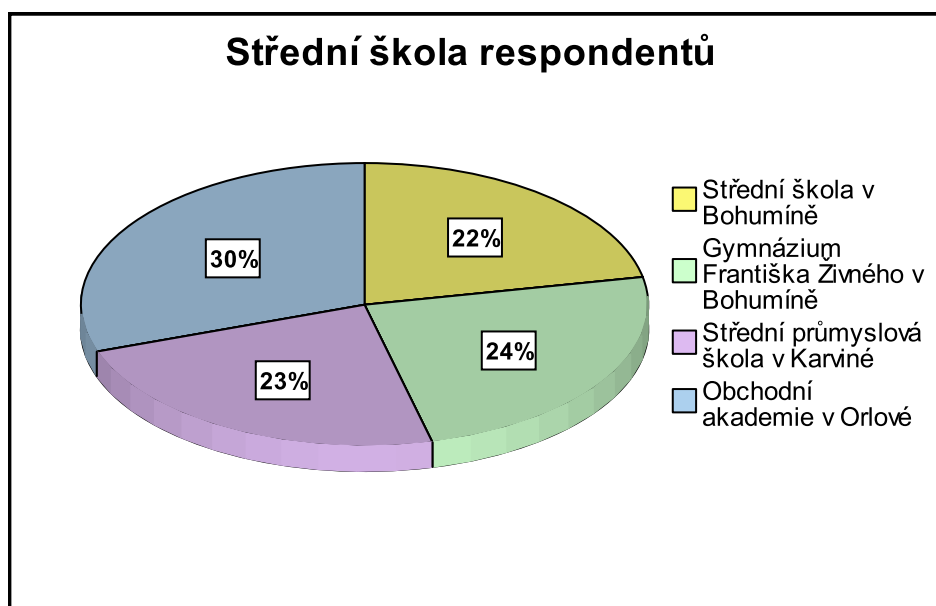


Obr. 15

Pohlaví					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	muž	129	52,2	52,2	52,2
	žena	118	47,8	47,8	100,0
	Total	247	100,0	100,0	

Tab. 15

Ot. č. 16: Uved'te, kterou střední školu studujete.

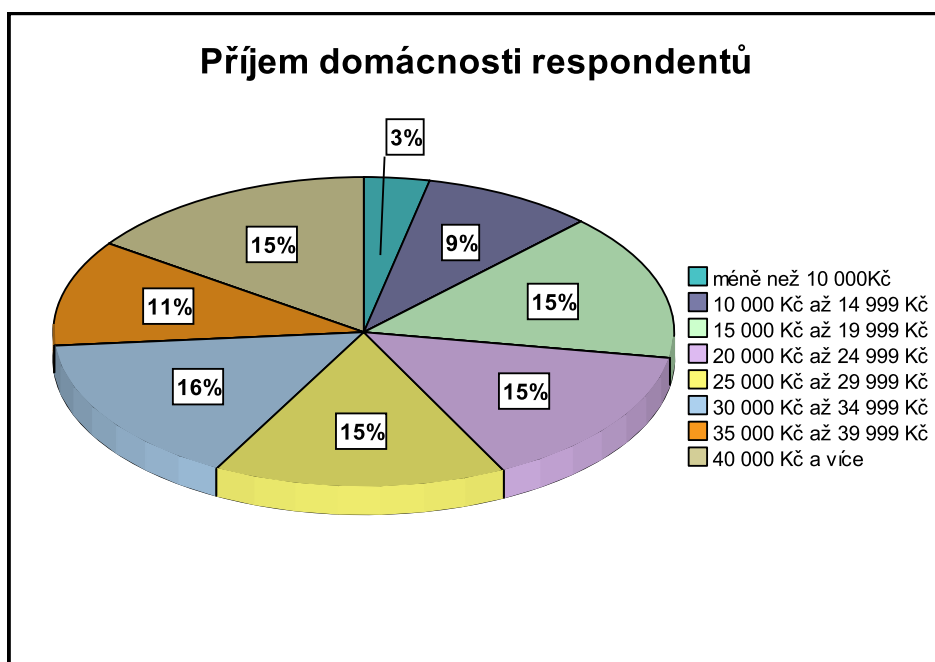


Obr. 16

Typ střední školy					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Střední škola v Bohumíně	54	21,9	21,9	21,9
	Gymnázium Františka Živného v Bohumíně	60	24,3	24,3	46,2
	Střední průmyslová škola v Karvině	58	23,5	23,5	69,6
	Obchodní akademie v Orlové	75	30,4	30,4	100,0
	Total	247	100,0	100,0	

Tab. 16

Ot. č. 17: Zkuste prosím odhadnout průměrný celkový měsíční čistý příjem Vaší domácnosti.



Obr. 17

Příjem domácnosti respondentů					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	méně než 10 000Kč	8	3,2	3,4	3,4
	10 000 Kč až 14 999 Kč	21	8,5	8,9	12,3
	15 000 Kč až 19 999 Kč	36	14,6	15,3	27,7
	20 000 Kč až 24 999 Kč	35	14,2	14,9	42,6
	25 000 Kč až 29 999 Kč	36	14,6	15,3	57,9
	30 000 Kč až 34 999 Kč	37	15,0	15,7	73,6
	35 000 Kč až 39 999 Kč	26	10,5	11,1	84,7
	40 000 Kč a více	36	14,6	15,3	100,0
	Total	235	95,1	100,0	
Missing	System	12	4,9		
Total		247	100,0		

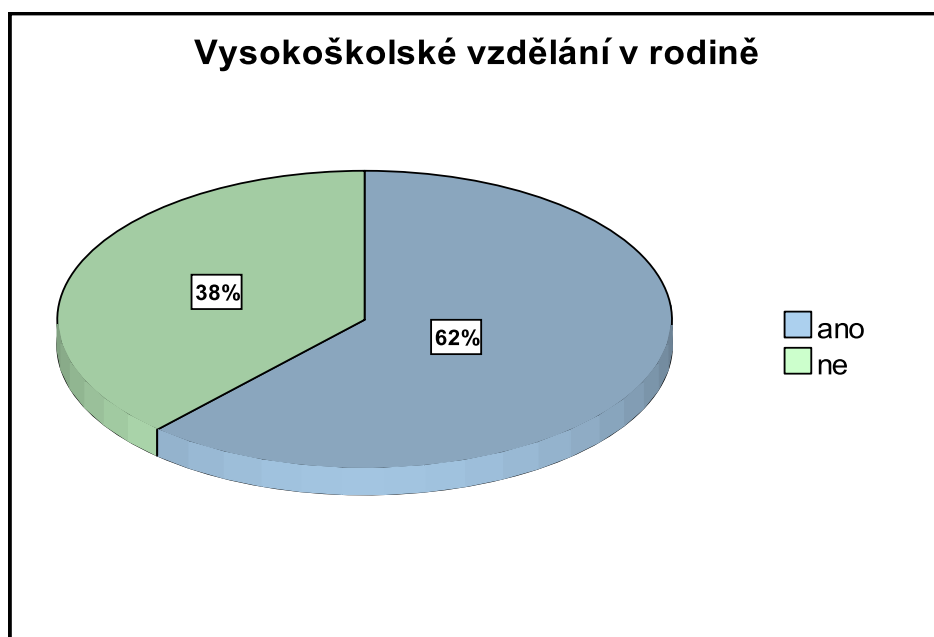
Tab. 17

Ot. č. 18: Uveďte prosím, kolik členů žije ve Vaší domácnosti.

Počet členů v domácnosti					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	,4	,5	,5
	2	15	6,1	6,9	7,4
	3	61	24,7	28,1	35,5
	4	113	45,7	52,1	87,6
	5	20	8,1	9,2	96,8
	6	6	2,4	2,8	99,5
	7	1	,4	,5	100,0
	Total	217	87,9	100,0	
Missing	System	30	12,1		
Total		247	100,0		

Tab. 18

Ot. č. 19: Je ve Vaší rodině někdo s vysokoškolským vzděláním, popř. studuje na VŠ?



Obr. 19

Vysokoškolské vzdělání v rodině					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ano	152	61,5	61,8	61,8
	ne	94	38,1	38,2	100,0
	Total	246	99,6	100,0	
Missing	System	1	,4		
Total		247	100,0		

Tab. 19.1

		Otec		Matka		Sourozenec		Jiní členové rodiny	
		Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%	Frequency	%
Valid	vŠ	43	17,4	37	15,0	53	21,5	90	36,4
Missing	System	204	82,6	210	85,0	194	78,5	157	63,6
Total		247	100,0	247	100,0	247	100,0	247	100,0

Tab. 19.2